

**UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA
ESCUELA DE POSGRADO
“LUIS CLAUDIO CERVANTES LIÑÁN”**



**INFLUENCIA DE LOS VALORES PERSONALES EN EL COMPORTAMIENTO
HACIA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS PROFESIONALES
ADVENTISTAS**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**PARA OPTAR EL GRADO DE ACADÉMICO DE
DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTADO POR

NIÑO DE GUZMÁN MIRANDA, JUAN CARLOS

Lima, marzo de 2015

RESUMEN

El objetivo de esta investigación radica en determinar la influencia de los valores personales en el comportamiento hacia la responsabilidad social de los profesionales adventistas. La investigación tiene un diseño no experimental, es transversal y correlacional. Para la recolección de información se aplicó la Encuesta de Valores Personales y Responsabilidad Social en una muestra de 250 profesionales adventistas que se distribuyen en los tres campus (Lima, Juliaca y Tarapoto) de la Universidad Peruana Unión. La encuesta mide cuatro dimensiones de los valores personales: búsqueda de logro, búsqueda de placer, honestidad y respeto. Los resultados demuestran que los valores personales que practican los profesionales adventistas influyen en su comportamiento hacia la responsabilidad social; esto se demuestra con el análisis del coeficiente de correlación Rho de Spearman donde $Rho=0.401$, y $p=0.000$; lo que indica una relación directa positiva entre los valores personales y la responsabilidad social de los profesionales adventistas. Asimismo, se realizó un análisis factorial confirmatorio, el mismo que permitió identificar a dos grupos marcados en la muestra, los de "identidad posmodernista" y los de "identidad adventista", estos últimos tienen un comportamiento más conservador y tienen muy internalizados los valores de la sinceridad, confianza, integridad, armonía, reciprocidad, responsabilidad, honor, autoestima, tolerancia, aprecio, perseverancia, entre otros. En conclusión, los valores personales practicados por los profesionales adventistas influyen muy significativamente en su comportamiento hacia la responsabilidad social, lo que implica que prefieren consumir productos o servicios provenientes de empresas que son socialmente responsables.

Palabras claves: Valores personales, responsabilidad social, precio, calidad, medio ambiente

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the influence of personal values on behavior towards social responsibility of Seventh-Day Adventist professionals. The research has a trans-sectional, correlational and non-experimental design. For data collection Survey of Personal Values and Social Responsibility was applied to a simple of 250 Seventh-Day Adventist professionals spread across three campuses (Lima, Juliaca and Tarapoto) of Universidad Peruana Unión. The survey measures four dimensions of personal values: pursuit of achievement, pleasure-seeking, honesty and respect. The results show that personal values that Seventh-Day Adventist professionals practice influence their behavior towards social responsibility; this is demonstrated with the analysis of the correlation coefficient Spearman Rho, $Rho=0,401$ where, $p=0,000$; indicating a direct positive relationship between personal values and social responsibility of the Seventh-Day Adventist professionals. Also, a confirmatory factor analysis was conducted, which identified the same two groups marked in the simple, those of “postmodern identity” and those of “Adventist identity”, the latter have a more conservative behavior and have very internalized values such as honesty, trust, integrity, harmony, reciprocity, responsibility, honor, self-esteem, tolerance, appreciation, perseverance, among others. In conclusion, personal values practiced by the Seventh-Day Adventist professionals highly significantly influence their behavior towards social responsibility, implying that prefer to consume products or services from companies that are socially responsible.

Key words: Personal values, social responsibility, price, quality, environment