



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**Percepción de la reputación corporativa de la I.E.P. Carmelitas
durante el año 2016.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA

Alvarado Alvarado, Carmen Laura

ASESORES

Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia

Mg. Ugarriza Gross, Gustavo Adolfo

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

TRUJILLO – PERÚ

AÑO 2016

Página del Jurado

Dra. Flor Alicia Calvanapón Alva

Presidenta

Dra. Luz Alicia Baltodano Nontol

Secretaria

Mg. Alan Enrique García Gutti

Vocal

Dedicatoria

A dios por ser la luz que ilumina mi camino,
a mi madre por su amor, ejemplo y apoyo
incondicional en todo, a mi hijo por ser la
razón de mi vida.

Agradecimiento

A mi madre Carmen Julia Alvarado
Rebaza y a la I.E.P. Carmelitas.

Declaración de autenticidad

Yo Alvarado Alvarado, Carmen Laura con DNI N° 72940898, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Así mismo autorizo a la Universidad Cesar Vallejo publicar la presente investigación si lo cree conveniente.

Trujillo, diciembre del 2016

Carmen Laura Alvarado Alvarado

DNI. N°: 72940898

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Percepción de la reputación corporativa en la I.E.P. Carmelitas durante el año 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional en Administración de empresas

En el capítulo I se considera la realidad problemática, los trabajos previos, las teorías relacionadas al tema, la formulación del problema, la justificación del estudio, la hipótesis y objetivos de la investigación.

En el capítulo II se aborda todo lo referente a la metodología usada en la presente tesis, el tipo de investigación, diseño de investigación, las variables, la operacionalización de variables, la población, la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, la validez, la confiabilidad, así como los métodos de análisis de datos y los aspectos éticos.

En el capítulo III, se presentan los resultados, la discusión, así como las conclusiones, recomendaciones y propuestas realizadas para futuras mejoras en la I.E.P. Carmelitas.

La Autora.

Índice

Página de Jurado.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Declaratoria de autenticidad.....	iv
Presentación.....	v
Resumen.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Realidad problemática.....	2
1.2 Trabajos previos.....	4
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	6
1.3.1. Reputación Corporativa.....	6
1.3.2. Dimensiones de la reputación corporativa.....	7
1.3.3. Medición de la Reputación Corporativa.....	8
1.4 Formulación del problema.....	9
1.5 Justificación del estudio.....	10
1.6 Hipótesis.....	11
1.7 Objetivos.....	11
II. MÉTODO.....	12
2.1. Tipo de Investigación.....	13
2.2. Diseño de investigación.....	13
2.3. Variables, operacionalización.....	13

2.4. Población y muestra.....	14
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	15
2.6. Métodos de análisis de datos.....	16
2.7. Aspectos éticos.....	16
III. RESULTADOS.....	17
• Contrastación de la Hipótesis.....	24
IV. DISCUSIÓN.....	25
VI. CONCLUSIÓN.....	29
VII. RECOMENDACIONES.....	31
VIII. REFERENCIAS.....	34
ANEXOS.....	37
✓ Instrumentos	
✓ Validación de los instrumentos	
✓ Matriz de consistencia	
✓ Otros	

Resumen

Este estudio tiene como objetivo evaluar que la percepción de la Reputación Corporativa de la I.E.P. Carmelitas durante el año 2016. Es una investigación descriptiva de diseño no experimental de corte transeccional, se utilizó la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario. La población total constó de 1516 personas de la cual se obtuvo una muestra de stakeholders de 643 personas que incluyó a 137 padres de familia de una población de 266 padres, 36 trabajadores de una población de 40 empleados, 234 egresados de una población de 600 egresados y 236 vecinos de una población de 610 vecinos. Los cuatro atributos fundamentales que permiten medir la reputación corporativa expuestos por Carrió (2013): calidad, rendimiento, responsabilidad y atractivo fueron utilizados como referentes para medir la percepción de los stakeholders de la empresa. Los resultados indicaron que la percepción de la reputación corporativa de la Institución Educativa Particular Carmelitas resulta buena dentro de una escala de 0 a 10 donde de 0 a 4 es considerado mala reputación, de 5 a 7 regular reputación y de 8 a 10 buena reputación.

Palabras clave: Percepción, reputación corporativa, stakeholders

Abstract

This study aims to test the perception of corporate reputation of the I.E.P. Carmelitas during 2016 is regular. It is a descriptive non-experimental research design transeccional cut, the survey technique was used with the instrument the questionnaire. The total population consisted of 1516 people which was obtained a sample of stakeholders of 643 people that included 137 parents of a population of 266 parents, 36 workers of a population of 40 employees, 234 graduates of a population of 600 graduates and 236 neighbors of a population of 610 residents. The four key attributes that measure corporate reputation exposed by Carrió (2013): quality, performance, accountability and attractive were used as benchmarks to measure the perception of stakeholders of the company. The results indicated that the perception of corporate reputation of the private educational institution Carmelitas is good on a scale of 0 to 10 where 0 to 4 is considered disreputable, 5 to 7 regulate reputation and 8 to 10 good reputation.

Keywords: Perception, corporate reputation, stakeholders