



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN**

**Empleabilidad e imagen corporativa en egresados del Cetpro
Esun Business School Ugel - Huancayo - 2022**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Administración de la Educación

AUTORA:

Trujillo Cochachi, Angelica Pilar (orcid.org/0000-0002-2047-5500)

ASESOR:

Mg. Bravo Huaynates, Guido Junior (orcid.org/0000-0002-4148-2291)

CO-ASESOR:

Mg. Chero Valdiviezo, Henry Alberto (orcid.org/0000-0002-3179-2958)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión y Calidad Educativa

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Apoyo a la reducción de brechas y carencias en la educación en todos sus
niveles

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria:

Deseo dedicar esta tesis al Dr. Rafael Hugo Arias Salazar, Director de Esun Business School, por brindarme la confianza, oportunidad y recursos en la realización de esta investigación.

Agradecimiento

Dirijo mis agradecimientos a la plana docente de la Universidad Cesar Vallejo, por brindarnos la formación académica – profesional necesaria, el que me permitió consolidar las competencias académicas, en especial al Dr. Guido Bravo Huaynate, por su constancia y dedicación profesional.

Índices de Contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización	15
3.3. Población, muestra y muestreo	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.5. Procedimientos	22
3.6. Método de análisis de datos	22
3.7. Aspectos éticos	23
IV. RESULTADOS	24
V. DISCUSIÓN	31
VI. CONCLUSIONES	34
VII. RECOMENDACIONES	36
REFERENCIAS	37
ANEXOS	41

Índice de tablas

		Pág.
Tabla 1	Escala Likert para gestión de empleabilidad e imagen corporativa	17
Tabla 2	Organización de la población de estudio, estudiantes egresados del Cetpro Esun Business School - Huancayo	18
Tabla 3	Distribución de niveles de la variable empleabilidad según dimensiones	24
Tabla 4	Niveles de empleabilidad según intervalos de edad	25
Tabla 5	Distribución de niveles de la variable Imagen corporativa según dimensiones	26
Tabla 6	Coefficiente de correlación empleabilidad e Imagen corporativa	27
Tabla 7	Coefficiente de correlación componentes personales e imagen corporativa	28
Tabla 8.	Coefficiente de correlación Componentes socio personales e Imagen corporativa	29
Tabla 9.	Coefficiente de correlación Componentes de empleabilidad e Imagen corporativa	30

Índice de Figuras

		Pág.
Figura 1	Diseño de investigación	15
Figura 2	Distribución de niveles de la variable empleabilidad según dimensiones	24
Figura 3	Distribución de niveles de la variable Imagen corporativa según dimensiones	25
Figura 4	Distribución de niveles de la variable imagen corporativa según dimensiones	26

Resumen

La presente tesis titulada “Empleabilidad e imagen corporativa en egresados del Cetpro “Esun Business School” Ugel Huancayo - 2022”, parte de siguiente problema de investigación: ¿Cuál es la relación que existe entre la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022?, sobre la cual se formula la siguiente hipótesis de investigación: Existe una relación positiva entre la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022. El propósito fundamental que tuvo la investigación fue: Establecer la relación que existe entre la empleabilidad e imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

Como método general empleado en la investigación fue el método científico y como método específico empleado fue el método descriptivo y correlacional y el tipo de investigación fue de tipo básica; la investigación se llevó a cabo con una muestra aleatoria simple compuesta por 120 estudiantes egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022

Los instrumentos básicos empleados en la investigación fueron: INVENTARIO DE EMPLEABILIDAD conformado por tres dimensiones y 22 ítems; por otro lado, se empleó el IMAGEN CORPORATIVA conformado por tres dimensiones (imagen física, imagen de extensión e imagen administrativa) con un total de 19 ítems.

Como resultado básico se identificó la existencia una correlación con la Rho de Spearman de 0,919, indicándonos la existencia de una correlación positiva muy fuerte y significativa ($p = 0.00 < 0.05$) entre las variables en estudio de la empleabilidad e imagen corporativa; deduciéndose la existencia de una relación positiva entre la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

Palabras clave: *empleabilidad, imagen corporativa*

Abstract

This thesis entitled "Employability and corporate image in graduates of Cetpro "Esun Business School" Ugel Huancayo - 2022", part of the following research problem: What is the relationship between employability and corporate image in Cetpro graduates Esun Business School Ugel Huancayo in the year 2022?, on which the following research hypothesis is formulated: There is a positive relationship between employability and corporate image in the graduates of the Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo in the year 2022. The purpose fundamental that the investigation had was: Establish the relationship that exists between employability and corporate image in the graduates of the Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo in the year 2022.

The general method used in the investigation was the scientific method and the specific method used was the descriptive and correlational method and the type of investigation was basic; The research was carried out with a simple random sample made up of 120 students who graduated from Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo in 2022.

The basic instruments used in the research were: EMPLOYABILITY INVENTORY made up of three dimensions and 22 items; on the other hand, the CORPORATE IMAGE made up of three dimensions (physical image, extension image and administrative image) with a total of 19 items was used.

As a basic result, the existence of a correlation with Spearman's Rho of 0.919 was identified, indicating the existence of a very strong and significant positive correlation ($p = 0.00 < 0.05$) between the variables under study of employability and corporate image; deducing the existence of a positive relationship between employability and corporate image in the graduates of the Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo in the year 2022.

- **Keywords:** employability, corporate image.

I. INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la tecnología y el proceso de globalización económica entre otros, han permitido mejorar el acceso a todos los recursos tecnológicos a nivel mundial; ello ocasionó un gran impacto positivo en la economía, todo ello estimula a la mejor formación académica, y lo más importante, la innovación educativa; ello contribuye al progreso en los diferentes aspectos, por ello la empleabilidad es un ende importante en la educación para la inserción laboral que exige este mundo competitivo, aplicando actualizaciones, nuevas destrezas en aplicativos y mantenerse siempre en la vanguardia en nuevas competencias digitales en todas las áreas (Neffa, 2016).

Como consecuencia de lo anterior, observado el campo laboral, podemos afirmar que el proceso de empleabilidad se vincula a una serie de logros personales que permite a una persona a acceder a más probabilidades de encontrar un empleo, aquello también incluye conocimientos, cualidades y habilidades técnicas, etc. (Meneses, 2017).

Enfatiza Neffa (2016), que son pocos los individuos que consiguen un puesto de trabajo en función de superfil profesional, lo que se traduce en la problemática del subempleo y la falta de perspectivas laborales, es por ello que se requiere urgente de actualización constante tanto en conocimientos como habilidades que permitan responder a tales exigencias, bajo esta premisa la empleabilidad es el pilar más importante de la educación para poder adquirir nuevas competencias con la finalidad de lograr la inclusión laboral exigente y mantenerse en un buen empleo.

Complementando lo anterior, Maldonado (2019), precisa que la educación es un ende de suma importancia para conseguir mayores oportunidades laborales, ello también permite acceder a diferentes espacios laborales en diferentes áreas de acuerdo a su formación académica, sólo una pequeña parte de los solicitantes de empleo consiguen encontrar un trabajo que se ajuste a sus objetivos profesionales, y esto conlleva a un problema de desempleo y falta de trabajo.

Riquelme - Brevis (2018), precisa que los estudiantes de Enseñanza Técnico-Profesional, gran parte proceden de entornos de bajos ingresos, lo que contribuye a las dificultades académicas y al retraso en el crecimiento cuando

buscan un empleo. La capacidad de los estudiantes para incorporarse a la población activa se ve perjudicada por la falta de aceptación social y de interés en la educación y la formación técnico-profesional.

En el mercado laboral peruano se requiere un alto nivel de empleabilidad en todas las categorías socioeconómicas y en ambos sexos, lo que hace que las características de la población económicamente activa (PEA) sean un componente competitivo en el mercado laboral. En este sentido, Ayre (2018) considera que la mano de obra calificada, el avance tecnológico y la adquisición de las habilidades duras y blandas que aumentan la comerciabilidad en el trabajo no van al mismo ritmo.

La Población en Edad de Trabajar (PET) comienza alrededor de los 14 años, se le considera una edad prudente y adecuada potencialmente para la demanda de un empleo; según el INEI. En este aspecto no se consideró la preparación profesional, ya que el grado de desempleo es alto, originado la explotación y el subempleo, dandoprioridad al aprendizaje de tareas improvisada y de manera empírica (Meneses, 2017), como los jóvenes poseen una mayor dificultad que los adultos para obtener un empleo, centrándose en la formación profesional y la movilidad laboral, ya que los jóvenes varones de Lima tienen una tasa de empleabilidad del 68,4%, pero las mujeres jóvenes tienen una tasa del 57,2%.

Tras recibir formación y asistencia técnica, los Jóvenes Productivos (de 18 a 29 años) se insertan en el mercado laboral a través de oportunidades de trabajo y prácticas en empresas de todo el país, con especial atención a los jóvenes de las zonas más pobres de todas las regiones del país. El MTPE ofrece este programa nacional de empleo juvenil.

Dado esto, para poder involucrarse al mercado laboral y que se le considere permisible o empleable es importante conocer y dominar algunas competencias que son básicas en el puesto laboral por lo que es indispensable realizar una formación idónea en instituciones que brinden la calidad de servicio educativo y que sean conocidas, de acuerdo a Suarez (2019) es esencial que la institución sea conocida y esté bien posicionada en la zona en la que opera; basado en el trabajo en equipo que se genera por el manejo administrativo, el progreso educativo de los alumnos, promocionar sus productos y servicios mediante el boca a boca, las infraestructuras y equipo adecuado para cada competencia y excelente servicio a los clientes,

donde se proyecte una buena imagen de la institución, esto conlleva a la preferencia y a la solidez de la empresa en los productos ofrecidos (Díaz et al., 2018; Yalle, 2015; Flores, 2017).

Según Alhazmi (2020), La educación tecnológica es un servicio que ha sido, y seguirá siendo, profundamente impactado por los procesos de globalización debido a su importancia para el desarrollo social, económico y personal de cada estudiante. Históricamente, las escuelas de educación técnica superior han dado prioridad a la formación de sus estudiantes en áreas como el conocimiento, la creatividad, la organización y la experiencia del cliente. Los estudiantes son los clientes, y esperan un alto nivel de servicio y de esta manera tener la facilidad en la toma de decisiones acertadas; por ello, es importante calibrar sus impresiones sobre la calidad del servicio basándose en criterios objetivos como la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía.

En el Centro de Educación Técnica Productiva Esun Business School los usuarios dijeron que necesitaban ser instruidos en módulos que les permitieran conseguir un trabajo y aumentar sus ingresos, se enmarcó la cuestión del problema general ¿Cuál es la relación que existe entre la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022?

Consecuentemente, la empleabilidad y la imagen corporativa son el objeto de la fundamentación teórica de este estudio, por consiguiente, el análisis y los resultados pueden ser sistematizados en una proposición de esta manera ser incluida a la ciencia de la educación, a la vez nos permitirá mejorar la empleabilidad. En cuanto a la metodología, se desarrolla y se pone en práctica mediante la aplicación de procedimientos científicos, lo que demuestra su validez y fiabilidad y permite utilizarla en otros proyectos de investigación.

Se tiene como objetivo general establecer qué relación existe entre la empleabilidad e imagen corporativa en egresados en el Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo – 2022; y como objetivos específicos se busca determinar la relación que existe entre los componentes personales, componentes socio- personales y los componentes de Empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados en el Cetpro Esun Business School Ugel

Huancayo en el año 2022.

La hipótesis general de investigación fue formulada en el sentido que Existe una relación positiva entre la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022; las hipótesis específicas se formularon en el sentido siguiente: existe una relación directa entre los componentes personales, componentes socio personales y los componentes de empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

II. MARCO TEÓRICO

En el siguiente acápite se hará referencia al estudio o análisis teórico de las variables en investigación a la luz de las teorías y concepciones vigentes a fin de encontrar un marco referencias adecuado; en el primar apartado haremos referencia a los antecedentes del estudio para luego abordar a las bases teóricas científicas de las mismas.

Sambell et al. (2020) mencionó que, entre las estrategias utilizadas por el gobierno australiano en su investigación sobre el aprendizaje integrado en el trabajo y la identificación de las competencias de empleabilidad, cuyo objetivo era producir graduados preparados para el trabajo, el cual se ha visto en aumento de las oportunidades de aprendizaje integrado en el trabajo y la evaluación del crecimiento de los estudiantes en diferentes competencias. Los resultados muestran que todos los conjuntos de habilidades están mejorando, pero la gestión de la carrera es la que se ha beneficiado más. Con este enfoque, nos dio a conocer un procedimiento para sevaluar los beneficios del aprendizaje integrado en el trabajo y su impacto en el fomento de una cultura basada en la responsabilidad social corporativa.

Por otro lado, Bist, S.S., Mehta, N., Mehta, D. y Meghrajani, I. (2020) aducen que los investigadores que examinaron las perspectivas de los empleadores y las aptitudes de empleabilidad de los estudiantes de corta duración en la India y Etiopía descubrieron que, entre otras cosas, los estudiantes carecían de capacidad para comunicarse eficazmente, resolver problemas de forma analítica y pensar estratégicamente. Por otro lado, obtuvieron resultados excepcionales en las áreas de autogestión, uso de las comunicaciones, etc. Por ello, se recomiendan las prácticas como medio para adquirir habilidades comerciales.

Maldonado (2019) hace referencia que se destacan las repercusiones positivas y negativas en el bienestar de los estudiantes y de la sociedad, las oportunidades de ampliar la formación profesional y la experiencia, y la integración económica regional a través del estudio de las carreras de marketing en Ecuador. Los resultados en la encuesta que lleva adelante, muestran que el 54% de los participantes declararon haber trabajado mientras asistían a la escuela, y el 28% dijo que tardó más de seis meses en conseguir su primer empleo tras graduarse. Sólo el 7% de los trabajadores afirma que no existe ninguna relación entre su formación

previa y su puesto actual, mientras que el 53% afirma que su formación tiene una relación directa con el trabajo que desempeña. Para ayudar a las personas a encontrar un empleo que se ajuste a sus talentos y compensarlas de forma justa, se ha decidido que la tasa de inserción en el mercado laboral sea suficiente y considerable, y que se ofrezcan oportunidades adicionales de formación académica y conexión con el sector productivo.

Rodríguez (2019); Haddad y Marx (2018), precisan que se han llevado a cabo investigaciones tanto en Estados Unidos como en Bulgaria para determinar cuál es la mejor manera de preparar a los futuros profesionales con las habilidades duras y blandas necesarias para prosperar en la economía global vinculada de hoy en día. Los resultados muestran la necesidad de integrar las habilidades genéricas como los conocimientos profesionales esenciales, resolver un reto, tener ética y ser responsables. En conclusión, se comprobó que diversos factores influían en la autoeficacia para la elección del trabajo y en la percepción de la obtención de habilidades blandas y la capacidad de progreso.

Riquelme-Brevis (2018), en su estudio de que, con el fin de evaluar los factores de empleabilidad que se enfatizan al momento de elegir como trabajadores a los egresados técnicos, realizó una investigación en Chile sobre qué criterios debe tener un técnico-profesional para contratarlo. La encuesta determinó que las variables que contribuyen a su inadecuada calidad de liderazgo, la falta de educación y las habilidades sociales, representan entre el 50% y el 25% de la población. Hay que reforzar y validar la formación en competencias técnicas y así como también habilidades sociales como el control de sus emociones, pero la relación entre educación y empleo es escasa. El aprendizaje se ve obstaculizado por las limitaciones monetarias, que dificultan que los estudiantes alcancen todo su potencial, que sus títulos sean respetados por la sociedad y que se incorporen al mundo laboral.

Mahajan y Golahit (2017), en su investigación se plantearon como objetivo el indagar hasta qué punto los estudiantes de la India están contentos con el programa de educación técnica que han elegido y con el desarrollo que han tenido sus habilidades desde empleabilidad gracias a los servicios del instituto. La oferta de los institutos hace hincapié en el cultivo de las habilidades duras, las habilidades técnicas, la gestión del estrés y las habilidades blandas, y la brecha de habilidades

en el mercado laboral evidente. Ideas para enseñar a los estudiantes a mejorar su empleabilidad y adelantarse a la competencia en el mercado laboral.

Cerrato & Snape (2017), en un estudio acerca de empleabilidad y mercado laboral en Honduras y Nueva Zelanda fue analizar los factores o criterios de empleabilidad, las conclusiones de los estudios tenían implicaciones para la empleabilidad de los profesionales. Entre ellos, factores como una formación educativa inadecuada y la falta de habilidades sociales y emocionales o habilidades "blandas". Los problemas con la situación socioeconómica personal, la falta de desarrollo social y emocional, la falta de capacidad de gestión, la falta de flexibilidad en el trabajo, la falta de liderazgo, la falta de iniciativa, la falta de responsabilidad y la falta de iniciativa en general son factores que determinan la capacidad de encontrar trabajo. Los factores macroeconómicos incluyen el crecimiento y la evolución del mercado laboral y una mayor necesidad de cualificación en el sector productivo.

En otro estudio, Mendoza (2020), llevó consigo una investigación cuyo propósito busca la determinación de la conexión entre la gestión administrativa y el empleo de los graduados. Encontró que el 59,2% de los que se aplicó la encuesta creía que el nivel de empleo era "regular", lo que demuestra la importancia de la relación entre la planificación y el empleo de los graduados.

Andrade (2020) en su estudio de Nivel de Empleabilidad en la Municipalidad de San Borja y San Juan de Lurigancho, Lima 2019, tuvo como objeto la de evaluar la empleabilidad de los residentes en dos distritos. La ausencia de disparidades en materia de empleabilidad entre los empleados de los dos lugares permitió a los investigadores concluir que no había diferencias en el grado de conocimiento. La información presentada en este trabajo concluye que los empleados de ambos municipios presentan importantes desventajas en materia de empleabilidad debido a la falta de capacidad de iniciativa y de competencias profesionales.

Por otro lado, el estudio de Roque (2019), considera que aumentar las tasas de formación académica para enganchar mejor al mercado laboral como medio para mejorar la educación es requisito esencial para que se dé una correcta gestión relacionándola con la empleabilidad, según las investigaciones sobre cuanto influye en la gestión universitaria en la empleabilidad de los titulados. Por lo tanto, la gestión en la educación es muy importante y los convenios que se dan con

las empresas estatales y privadas tuvieron influencia en el proceso de ingreso laboral de todos aquellos que ya egresaron. Por consiguiente, la gestión universitaria tuvo una influencia significativa en acceder a un empleo del egresado, prestando un gran número de oportunidades para conseguir un puesto de trabajo, con un buen plan curricular basándose en las habilidades y conocimientos que solicita la empresa y la competencia laboral, es importante resaltar que la firma de convenios con instituciones y alianzas estratégicas permitieron realizar prácticas que influyeron en la empleabilidad de los egresados.

Ayre (2018), en su investigación, tuvo como objetivo el establecer una conexión entre las competencias laborales y Empleabilidad de aquellos que egresan del Centro de Educación Técnico Productiva Peruano Alemán del Cercado de Lima 2016. En este estudio se empleó una metodología no experimental, correlacional y transversal. El instrumento de escala Likert fue empleado para realizar las mediciones de la variable de investigación en una muestra de 90 graduados, y se empleó el método de encuesta. Las cifras correspondientes fueron 0,878 y 0,910. En conclusión, la hipótesis nula no es rechazada a partir de los datos que revelan una correlación positiva muy baja, como un coeficiente de correlación de Spearman de 0,005, entre las variables de competencia laboral y empleabilidad. En consecuencia, podemos concluir que la empleabilidad de los titulados no está directamente relacionada con su capacidad para realizar tareas laborales. Así mismo Los graduados no tienen mayor probabilidad de encontrar trabajo debido a su competencia laboral. La empleabilidad de los graduados y sus competencias laborales no están correlacionadas.

Benavidez & Cruz (2018), su estudio cuyo propósito fue determinar una correlación entre la empleabilidad de los adolescentes y la expansión económica. El estudio al final condujo a obtener conclusiones como el aumento de la empleabilidad de los jóvenes, lo que demostró tener un impacto significativo en su desarrollo socioeconómico (18-25 años). Como conclusión precisa que maximizar los esfuerzos en áreas como habilidades básicas, y el cultivo de actitudes positivas y competencias sociales puede ayudar a conseguirlo. Existe cierta correlación entre ambas variables. Las dos variables tienen un nivel medio de correlación y están estrechamente vinculadas.

Meneses (2017) al estudiar la empleabilidad de los jóvenes en Lima

Metropolitana, encontró las características más destacadas que ayudan al programa de empleo juvenil del gobierno. Existe una creciente demanda de formación en competencias laborales, habilidades técnicas y destrezas necesarias para las empresas debido al elevado desempleo juvenil en 2015. La conclusión vino dada por, en los últimos cinco años, los jóvenes demostraron un mayor interés por cursar programas de formación técnica, profesional y superior. La falta de competencias laborales de los trabajadores es una queja habitual de las empresas, ya que el desempleo juvenil supera al de los adultos.

Los estudios, los antecedentes y la experiencia en sí, demuestran que la experiencia es de suma importancia para que los jóvenes obtengan un empleo; ante esto, las políticas que se dirigen a este segmento de la población se dirigen desde el momento en que los jóvenes abandonan la escuela para facilitar la transición al trabajo.

El estudio de Gordillo (2020), respecto a la "*La mercadotecnia educativa como estrategia en México*" es un ejemplo de un estudio internacional con el objetivo de investigar la importancia de la mercadotecnia educativa como estrategia para la satisfacción de expectativas estudiantiles y seguir su lealtad a la institución. Los autores encontraron que los estudiantes estaban generalmente satisfechos con el sistema de enseñanza, los servicios administrativos y las actividades extracurriculares ofrecidas por sus escuelas.

León (2020) aduce que la calidad del servicio y la imagen institucional en Ecuador llegaron a la conclusión de que la formación del personal sobre cómo conectar eficazmente con los consumidores era crucial para mejorar la decadente reputación del país. Una orientación errónea del personal conduce a una escasa confianza de los usuarios y a una calidad de servicio inferior. Para terminar, me gustaría destacar la conexión entre la calidad del servicio de una empresa y su reputación.

Tanyıldız (2019), investigó si la percepción positiva de los empleados sobre su empleador conducía o no a un mayor compromiso con los programas de ciudadanía corporativa entre los trabajadores turcos siendo este su objetivo profesional. Resultados Los académicos varones tenían una opinión más favorable de la imagen de su universidad que sus homólogos femeninos, y de igual modo, la imagen de las universidades fundacionales es mayor que la de las universidades

estatales; existía una correlación entre la edad, la antigüedad y los años que se prestó servicio en la organización de los académicos y su nivel de comportamiento de ciudadanía organizativa. Conclusión La conducta de ciudadanía organizacional de los académicos mejora con la permanencia en el cargo, lo que a su vez mejora la reputación de la organización.

Entre los estudios de ámbito nacional, destaca el examen de Alva (2020) sobre la conexión entre los diseños arquitectónicos de las escuelas y su percepción pública. Habiendo encontrado una correlación algo favorable de .20 entre las variables de reconocimiento social, prestigio institucional, reconocimiento social y satisfacción del público con la infraestructura arquitectónica educativa de una institución educativa en la República de Bolivia.

Por su parte, el estudio de Suarez (2019), defiende que las opiniones de los cadetes sobre el ambiente, los servicios y la comunicación de la institución fueron malas, según un estudio sobre el impacto del marketing estratégico y la gestión de la calidad en la reputación de una organización. Los resultados demuestran la eficacia de la gestión de la calidad y la publicidad estratégica para mejorar la imagen de marca. Concluyendo, estos dos factores ya mencionados antes son muy útiles para la Escuela Nacional de Policía del Perú.

Una referencia muy importante, que, con el objetivo de destacar, cómo la participación del profesorado puede afectar la imagen de la institución, García (2019), examina la autonomía del profesorado en su tesis. Los resultados del aprendizaje de los estudiantes, las calificaciones de los profesores o la reputación de la institución no estaban sustancialmente relacionados con la autonomía del profesorado, los recursos o la infraestructura. La reputación de un centro educativo no se beneficia de la autonomía del profesorado, según nuestras conclusiones.

La investigación de Chaparro (2017), evaluó la relación entre la cultura organizativa de un colegio religioso privado y el alto nivel de los servicios académicos que presta para comprender mejor cómo estos dos factores influyen en su imagen pública. Los resultados mostraron una fuerte correlación entre las variables de investigación del estudio y las dimensiones examinadas. Según los resultados, una mala cultura organizativa y unos servicios educativos deficientes influyen negativamente en una imagen institucional favorable.

Por su parte Flores (2017), investigó la relación entre la infraestructura

escolar y la imagen institucional, así como si existe o no un vínculo entre las instalaciones físicas de un centro educativo y su reputación en la comunidad. Se demostró que las comodidades escolares tienen un efecto estadísticamente significativo en lo que opinan los estudiantes acerca de la calidad que posee la institución educativa.

La reputación institucional está fuertemente vinculada a la calidad de sus instalaciones físicas, según los resultados. Se ha demostrado que los estudiantes y los padres más felices son un resultado directo de una mejor infraestructura escolar. Se ha dicho que la gestión de la empleabilidad es una mezcla de rasgos y situaciones humanas y del entorno que ayudan a alguien a conseguir un trabajo, a mantenerlo y a mejorar su rendimiento en su trabajo actual (Martínez-Rueda 2018).

La OIT (Organización Internacional del Trabajo) define el empleo como "un entorno económico en el que todos los individuos que deciden trabajar y solicitar un empleo pueden hacerlo en circunstancias tan productivas como sea posible y en el que son libres de escoger el trabajo en base a sus habilidades, necesidades e intereses". Algunas personas no tienen más remedio que considerarse desempleadas si su empleador no les proporciona las ventajas mencionadas, mientras que otras pueden denominarse subempleadas ante la ausencia de una alternativa viable. Coexisten condiciones de trabajo tanto formales como informales. Los empleados formales son los que tienen un contrato de trabajo y prestaciones, como seguro médico, pensiones y bajas por enfermedad pagadas, mientras que los informales son los que no tienen nada de eso, pero cobran de todos modos (acceso al seguro médico y al sistema de pensiones, etc.).

Gonzales-Pérez (2015) & Suarez (2016), consideran que la empleabilidad sostenible puede definirse como la capacidad de conseguir trabajo, mantener ese empleo y encontrar y mantener un nuevo empleo cuando sea necesario. La empleabilidad de los individuos se ve influida por muchos factores diferentes a lo largo de su vida, entre los que se incluyen, aunque no exclusivamente, su entorno social, su educación (incluidos, aunque no exclusivamente, los conocimientos que se pueden adquirir), las instituciones que motivan el autoempleo y el desarrollo de iniciativas, y su propia psicología.

Respecto a la empleabilidad, como variable en estudio, encontramos dos dimensiones, que son la interna y la externa, la oferta y la demanda, y los

componentes personales variables, estas, están débilmente ligados a aspectos como el "equipo" del individuo, definido, así como los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos que le permitirán buscar y avanzar con éxito en una carrera (Suárez, 2016).

Cuando se utilizan para cambiar el cómo comportarse individualmente y socialmente, la creatividad y la innovación se consideran componentes socio personales valiosos. Es una fuerza impulsora del crecimiento individual y social, por lo que es una parte esencial del proceso de transformación (Iglesias-Cortizas, 2013).

Palomo (2011) citado por Suárez (2019), define al concepto imagen como todo aquello que separa a una institución de otra y que ayuda a sus miembros a sentir que pertenecen a ella, ya que todos luchan por los mismos objetivos y siguen el mismo conjunto de normas y rituales. Precisa, además, Suárez (2019), que la "imagen institucional" se define como "la comprensión que el público tiene de una institución", y se "mantiene a través de las comunicaciones y la identidad organizativa, pero esta no vendría a ser una característica necesaria de la institución." La reputación que posee la institución es intrínseca a la empresa en su conjunto, y no sólo un reflejo de su liderazgo.

Por otro lado, hacemos referencia respecto a la identificación biométrica, esta viene a ser la detección de la identidad partiendo de sus características físicas, como el rostro, los gestos y otros movimientos corporales, y el comportamiento que muestra, como el uso del lenguaje corporal. La apariencia del mundo real es el centro de esta dimensión. Hay dos maneras de verlo: desde el exterior, el equipo y las instalaciones parecen estar en buen estado, mientras que, en el interior, el personal parece estar bien cuidado y los materiales con los que trabaja son de alta calidad. Todo el mundo puede verlo, oírlo y sentirlo.

Vexler (2013) citado por Flores (2013), haciendo referencia a la infraestructura educativa, considera que esta es un conjunto de instalaciones y recursos que están diseñados para apoyar un determinado tipo de enseñanza. Es importante señalar que los objetivos y características de la educación varían ampliamente entre las escuelas, incluyendo la primaria, la secundaria, los programas de preparación para el bachillerato y las alternativas básicas o técnico-productivas.

"Los actos realizados por las corporaciones e instituciones académicas para responder a los requerimientos de sus clientes" es como Martínez (2007) describió el marketing, aunque Pérez (2018), Lee y Chen (2018) utilizan una imagen ampliada de la definición de Martínez. Para saber qué quieren sus clientes, las corporaciones realizan estudios de mercado antes de desarrollar nuevos productos o campañas publicitarias.

Una buena gestión, según la Evaluation Research Association (2007), precisa que esta es tratar a los empleados con respeto, consideración y cuidado en el trabajo. Las prácticas de gestión de una organización son las que le ayudan a cumplir sus objetivos utilizando sus recursos de forma metódica y deliberada). La satisfacción del cliente puede ser descrita cuando este logra satisfacer sus expectativas en términos de servicio, seguridad, empatía y tiempo de reacción en el sector empresarial actual. Calidad, la coherencia mental y la fiabilidad de una empresa pueden verse en la forma en que trata a sus clientes y en el buen mantenimiento de sus instalaciones y equipos. Sin embargo, la coherencia emocional y la fiabilidad de una empresa pueden verse en la buena formación de su personal (Sameena, 2020 & Alhazmi, 2020).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

3.1.1 Tipo de investigación:

Desde el punto de vista de Sánchez H. & Reyes C (2006, p. 40), el presente estudio corresponde al nivel descriptivo, al respecto los autores referidos nos dicen que los estudios descriptivos “Consisten fundamentalmente en describir un fenómeno o una situación mediante el estudio del mismo en una circunstancia temporo-espacial determinada. Son investigaciones que tratan de recoger información sobre el estado actual del fenómeno... Los estudios descriptivos nos llevan al conocimiento actualizado del fenómeno tal como se presente. Tiene correspondencia con lo que hemos denominado investigación sustantiva descriptiva”.

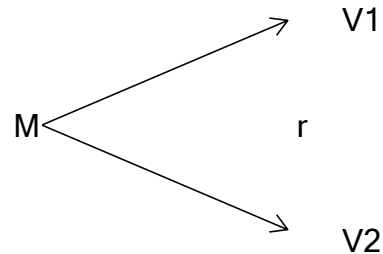
Por otro lado, en relación al alcance de la presente investigación, se considera dentro de los alcances de los estudios correlacionales, sobre ello Hernández R., Fernández C. & Baptista P. (2007, p. 63), precisa acerca de los alcances de los estudios correlacionales, y en referencia al propósito de estas precisa que “Este tipo de estudios tienen como propósito evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables (en un contexto particular)”.

3.1.2 Diseño de investigación

El diseño de la investigación por sus características y naturaleza básica se localiza dentro de los diseños descriptivos, y de forma específica se ubica dentro del Diseño Descriptivo Correlacional. “Enfoque del análisis de datos que se centra en la descripción, la explicación y la identificación del grado de correspondencia entre las variables, de carácter descriptivo, correlacional y transversal”; (Hernández et al., 2014; Cortés y Iglesias, 2004). La estructura del diseño consecuentemente estuvo compuesta con dos medidas, cuya estructura básica es como sigue:

Figura 1

Diseño de investigación



Donde:

(M) representa la muestra

(O1) representa la obtención de los datos obtenidos de la variable empleabilidad.

(O2) representa la obtención de los datos obtenidos de la variable imagen corporativa.

La (r) indican las correlaciones entre las variables de estudios empleabilidad e imagen corporativa.

3.2. Variables y Operacionalización

En este apartado se hará una evaluación de la variable empleabilidad, así como de la variable imagen corporativa; son nociones cualitativas que se tratan como variables independientes.

3.2.1 Definición conceptual:

- **Variable 1: Empleabilidad**

Según Martínez- Rueda (2018), las interacciones entre los componentes de la variable describen la empleabilidad como una combinación de características y situaciones personales y contextuales que, en conjunto, determinan la capacidad de un individuo para asegurarse y progresar en el trabajo. El concepto es un intento de mantener una armonía entre las esferas privada y pública, entre el individuo y el grupo. Se precisa además que la

capacidad de encontrar y mantener un trabajo que satisfaga los objetivos profesionales, económicos y de desarrollo a lo largo de la vida laboral es lo que se entiende por el término "empleabilidad" en su sentido conceptual. Según Cerrato (2017),

En referencia a la definición operativa de empleabilidad, nos referimos a aquella que nos permite ver y cuantificar la variable sin cambios de las que se producen en el mundo real. Una vez analizados los rasgos y características de la variable, el marco teórico para la investigación de su medición se ordenó en las siguientes dimensiones: Los factores que pertenecen al individuo, los que pertenecen a las relaciones interpersonales y los que pertenecen a la capacidad de encontrar trabajo.

Se utilizaron un total de 22 ítems o preguntas para evaluar las características que tiene la variable en las siguientes dimensiones: habilidades laborales básicas (6 indicadores), competencias laborales genéricas (9 indicadores) y habilidades laborales particulares (7 indicadores).

- **Variable Imagen 2: Imagen corporativa:**

Al referirse acerca del concepto de imagen corporativa, Gonzales(2016) precisa que los individuos suelen construir o proyectar una noción o imagen de la organización, que puede ser favorable o también mala; la imagen sirve como base básica de conexión con los interesados (Suarez, 2019). Así, la imagen corporativa es el punto de referencia que hace el diferenciador de las organizaciones.

Sobre lo referido en el párrafo anterior, Chávez (1990), concibe que la imagen de una empresa es algo más que lo que presenta al público; son los principios rectores, los objetivos a largo plazo y otros factores que dan lugar al éxito de la empresa. Como tal, va más allá del ámbito de los conceptos tradicionales de marca y diseño para abarcar toda la cultura, la historia y la trayectoria de una organización a lo largo del tiempo. La impresión que el público tiene de una empresa es el resultado de varios factores, entre ellos los propios esfuerzos de la empresa y las señales que recibe de sus rivales y del mundo exterior.

Tabla 1

Escala Likert para gestionar la empleabilidad e imagen corporativa

Siempre	Casi Siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
5	4	3	2	1

3.2.1 Definición operacional:

Empleabilidad: La definición operacional de la empleabilidad se concibe como aquella que permite observar, medir la expresión natural de la variable. Para el estudio de la medición de la variable, luego del análisis de cualidades y características se organizó en base al marco teórico en las siguientes dimensiones: Componentes personales; Componentes socio-personales y componentes de empleabilidad.

Indicadores: se consiguió 8 indicadores y 22 ítems

Escala medición: ordinal

Imagen corporativa;

La definición operacional de la imagen institucional se concibió como aquella que permite observar, medir la expresión en su estado natural de la variable, luego del análisis de cualidades y características se organizó en base al marco teórico en las siguientes dimensiones: imagen física, imagen de extensión y atención administrativa.

Indicadores: se consiguió 8 indicadores y 19 ítems

Escala medición: ordinal

3.3 Población, Muestra y Muestreo

- **Población:**

Según Oseda (2008, p. 120), "La población o universo es el conjunto de

individuos que comparten por lo menos una característica, sea una ciudadanía común, la calidad de ser miembros de una asociación voluntaria o de una raza, la matrícula en una misma universidad, o similares”.

En el siguiente estudio, la población de estudios estuvo conformada por un total de 175 los alumnos egresados del programa de Administración e informática en los años 2019, 2020 y 2021, que hayan culminado satisfactoriamente el estudio de al menos un módulo o los 6 módulos del programa en el Cetpro Esun Business School – Huancayo, estructurados del modo siguiente:

Tabla 2

Organización de la población de estudio, estudiantes egresados del Cetpro Esun Business School – Huancayo

Formación técnica profesional	años			Total población
programa de Administración e informática	2019	2020	2021	
Total egresados	65	60	50	175

• **Fuente.** Secretaría del Cetpro Esun Business School - 2022.

• **Muestra:**

La muestra se refiere a un subconjunto de la población general que se utiliza en la investigación (Hernández et al., 2014). Se considera que la propiedad básica de la muestra es poseer las principales características de la población; ella hace los resultados de la investigación pueda generalizar sus resultados a la población. Para el caso de la presente investigación, la muestra de estudios lo conformaron los alumnos egresados del programa de Administración e informática en los años 2019, 2020 y 2021, que hayan culminado satisfactoriamente el estudio de al menos un módulo o los 6 módulos del programa académico impartido; quienes hacen un total de 120 estudiantes egresados.

- **Muestreo**

El proceso de muestreo llevado a cabo en la presente investigación, se procedió a través de la técnica del muestreo aleatorio simple, toda vez que la población de estudios estuvo conformada por 175 estudiantes identificados, egresado del programa en el Cetpro Esun Business School – Huancayo.

Muestreo para poblaciones finitas

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Cuando: Z=	1.96
N=	175
P=	0.5
Q=	0.5
E=	0.05

$$n_0 = \frac{Z^2 N.P.Q}{Z^2 P.Q. + (N-1)E^2} = \boxed{120,45}$$

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

- **Técnicas de recolección de datos**

Las técnicas vienen a ser los recursos y mecanismos especializados que nos permite recabar información acerca de las variables de investigación En el proceso de desarrollo de la presente investigación, se emplearon entre otras las siguientes técnicas investigativas:

- **Técnica de la encuesta:**

Esta técnica nos permitió el recojo de los datos de las características de la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

- **Instrumentos de recolección de datos**

A. Instrumento: inventario de empleabilidad

El instrumento de investigación INVENTARIO DE EMPLEABILIDAD fue elaborado a partir de la revisión teórica de la presente investigación; la

estructuración conceptual está conformado por tres dimensiones y 22 ítems. La escala de valoración es tipo escala de Likert con cinco categorías ordinales que van de:

- 1 = Nunca
- 2 = Casi nunca
- 3 = Algunas veces
- 4 = Casi siempre
- 5 = Siempre.

- **Validación del instrumento**

Respecto a la validez del instrumento INVENTARIO DE EMPLEABILIDAD se procedió a la Validez de Contenido, a través de la técnica de JUICIO DE EXPERTOS, siendo para el caso sometido a evaluación por dos expertos, quienes tuvieron la delicadeza de evaluar y ejecutar las revisiones y correcciones correspondientes; de los cuales arrojaron los siguientes resultados:

N°	VALIDADORES	ESTIMACIÓN CUALITATIVA
1	Dr. RAFAEL UGO HARIAS SALAZAR	BUENO
2	Mg. GUIDO BRAVO HAYNATES	BUENO

- **Confiabilidad del instrumento**

Para la presente investigación se realizó la **CONFIABILIDAD** del CUESTIONARIO DE GESTIÓN INSTITUCIONAL a través de la técnica de mitades partidas, el cual a través de una prueba piloto fue aplicado en 23 estudiantes egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022, de manera aleatoria; el resultado obtenido fue una (r) de Pearson de 0,678 el cual nos indica Según Herrera (1998) que el instrumento es MUY CONFIABLE.

Según Herrera (1998)	
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy Confiable

0,72 a 0,99
1.0

Excelente confiabilidad
Confiabilidad perfecta

B. Instrumento: inventario de imagen corporativa

El instrumento de investigación IMAGEN CORPORATIVA elaborado a partir de la revisión teórica en las bases científicas de la presente investigación; cuya estructuración conceptual está conformado por tres dimensiones (imagen física, imagen de extensión e imagen administrativa) con un total de 19 ítems.

La escala de valoración es tipo escala de Likert con cinco categorías ordinales que van de:

- 1 = Nunca
- 2 = Casi nunca
- 3 = Algunas veces
- 4 = Casi siempre
- 5 = Siempre.

• Validación del instrumento

La validación del instrumento IMAGEN CORPORATIVA se procedió a través de la técnica de JUICIO DE EXPERTOS, siendo para el caso sometido a evaluación por tres expertos, quienes tuvieron la delicadeza de evaluar y ejecutar las revisiones y correcciones correspondientes; de los cuales arrojaron los siguientes resultados:

N°	VALIDADORES	ESTIMACIÓN CUALITATIVA
1	Dr. RAFAEL UGO HARIAS SALAZAR	BUENO
2	Mg. GUIDO BRAVO HAYNATES	BUENO

• Confiabilidad del instrumento

Para la presente investigación, se realizó la **CONFIABILIDAD** del IMAGEN CORPORATIVA a través de la técnica de mitades partidas, a través de una prueba piloto fue aplicado en 23 estudiantes egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022, de

manera aleatoria; el resultado obtenido fue una (r) de Pearson de 0,947 el cual nos indica Según Herrera (1998) que el instrumento tiene una EXCELENTE CONFIABILIDAD.

Según Herrera (1998)	
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy Confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1.0	Confiabilidad perfecta

3.5 Procedimiento

El proceso de recolección de información y los datos en la investigación, se llevó a cabo a través de la aplicación de los instrumentos de investigación el INVENTARIO DE EMPLEABILIDAD Y EL INVENTARIO DE IMAGEN CORPORATIVA; procedimientos llevados a cabo del modo siguiente:

- Primero, se hizo la solicitud de autorización a dirección a través de la secretaría del CETPRO ESUN BUSINESS SCHOOL UGEL - Huancayo
- Segundo, se coordinó con secretaría la aplicación de los instrumentos de investigación,
- Tercero, se hizo la recopilación de datos correspondientes a través de la aplicación de los instrumentos de investigación y se hizo la recopilación de datos correspondientes de manera virtual a través del Google Forms.
- Cuarto, se llevó a cabo los procedimientos estadísticos de tabulación de datos a través del empleo del SPSS que nos permitió realizar la descripción, interpretación, así como la contrastación de las hipótesis a través de la correlación de las variables en estudio

3.6 Métodos de análisis de datos

El procedimiento investigativo a través del enfoque hipotético-deductivo, el análisis de datos nos ha permitido llevar a contrastar las hipótesis de investigación formuladas en el estudio, dicho proceso estratégicos se ejecutaron a través de los siguientes:

- Primero se hizo la recopilación de la data en el formato de la hoja de cálculo del Excel provenientes del Google Forms.
- Segundo, se trasladaron los datos al programa estadístico SPSS a fin de procesar y aplicar los análisis correspondientes.
- Tercero, se procedió a través del programa estadístico SPSS la obtención de resultados estadísticos de medidas de tendencia central y de dispersión.
- Cuarto, a través del programa estadístico SPSS la obtención de la correlación estadística de los datos de las variables en estudio.
- Quinto, se llevó en seguida al análisis estadístico a través del empleo del coeficiente de correlación Rho Spearman, a fin de contrastar las hipótesis formuladas.

3.7 Aspectos éticos

La presente investigación en su conjunto cumplió con los aspectos básicos de la ética investigativa; en primer término, se hace referencia que la recopilación de los datos se hizo con autorización de la dirección del CETPRO ESUN BUSINESS SCHOOL y pleno conocimiento de los estudiantes egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022 quienes participaron de forma voluntaria y aleatoria; refiriendo además que la recolección de los datos a través de los inventarios fue de forma anónima, respetando su confidencialidad; en segundo lugar, se hace referencia que los datos o la información contenida en el presente informe son el realmente los recolectados a través del empleo de los instrumentos empleados en la investigación.

IV. RESULTADOS

En el presente apartado se presentan los resultados obtenidos a través del empleo de los instrumentos de investigación, los cuales se presentan de forma descriptiva en primer momento y luego de forma inferencial a fin de contrastar de las hipótesis formuladas.

Resultados de las variables de estudio

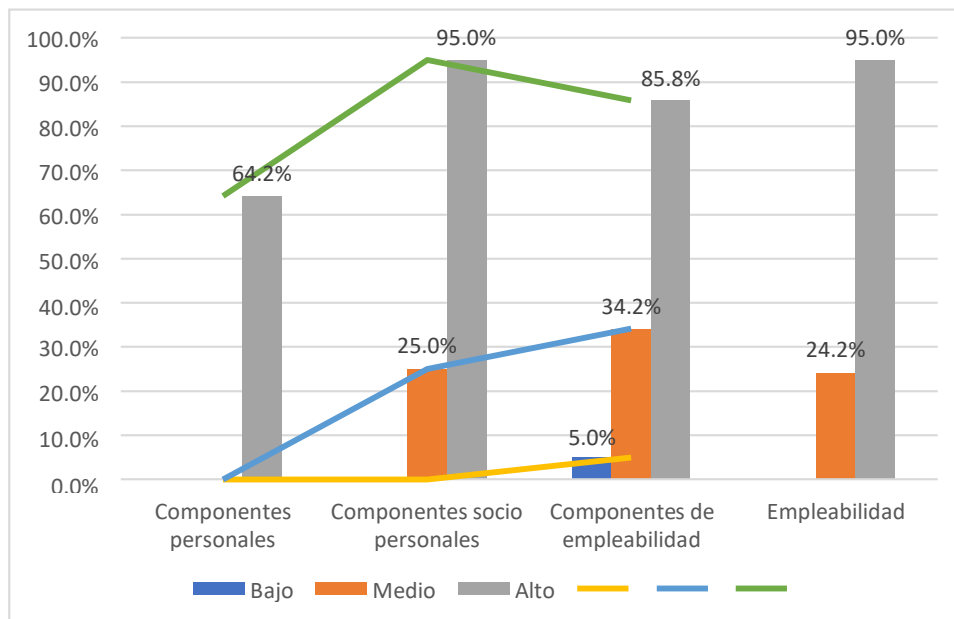
Tabla 3

Distribución de niveles de la variable empleabilidad según dimensiones

Dimensiones	Bajo		Medio		Alto		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Componentes personales	0	0.0%	0	0.0%	120	100.0%	120	100%
Componentes socio personales	0	0.0%	30	25.0%	90	75.0%	120	100%
Componentes de empleabilidad	6	5.0%	41	34.2%	73	60.8%	120	100%

Figura 2

Distribución de niveles de la variable empleabilidad según dimensiones



En la tabla 3 y figura 2 observamos que la el promedio de tendencia a nivel de la variable empleabilidad, presenta una tendencia alta en promedio con una estimación del 95 % a nivel de la muestra de estudios.

Por otro lado, se observan 1ue en la dimensión componente personal el 100,00 % de encuestados tiene una estimación alta al respecto; en el componente socio personal el 75,00 % de encuestados también presenta una estimación alta y por último el componente empleabilidad también un 60,8 % de los encuestados presentan una estimación alta.

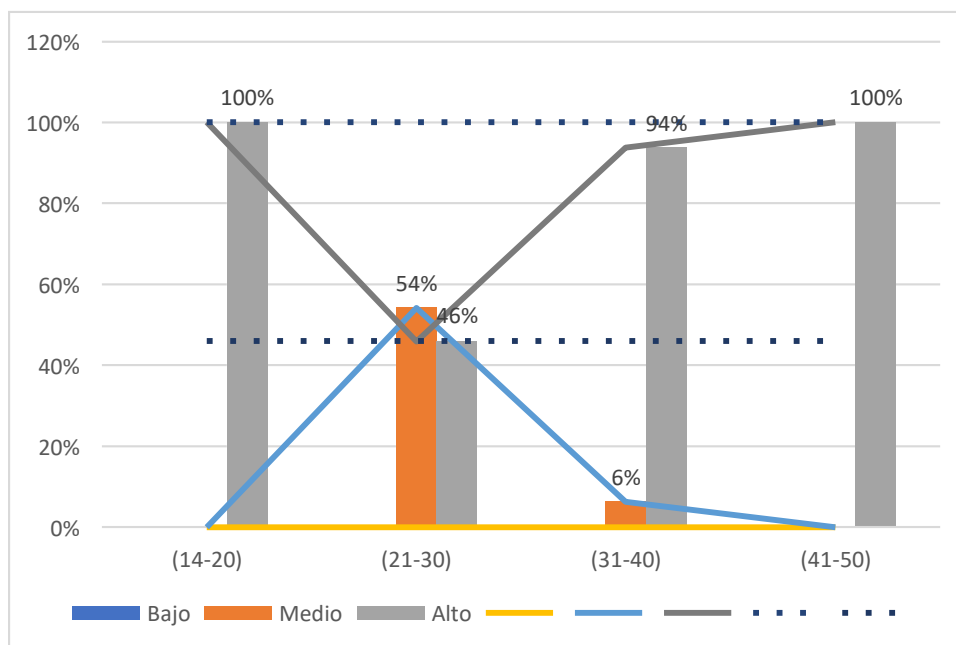
Tabla 4

Niveles de empleabilidad según intervalos de edad

Niveles de Empleabilidad general	Intervalos de edad								Total	
	(14-20)	(21-30)	(31-40)	(41-50)						
Bajo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Medio	0	0%	26	54%	3	6%	0	0%	29	24%
Alto	19	100%	22	46%	45	94%	5	100%	91	76%
Total, general	19	100%	48	100%	48	100%	5	100%	120	100%

Figura 3

Distribución de niveles de la variable Imagen corporativa según dimensiones



Se pueden observar en la tabla 4 y figura 3, que la proporción de empleabilidad desde la percepción de los encuestados tiene un nivel alto en todos los rangos de edad considerados en el estudio, excepto en el rango de edad de 21-31 años. Se observa en consecuencia que, en el rango de 14 a 20 años la percepción de los encuestados es que el 100 % considera haber en este grupo etéreo un alto nivel de empleabilidad; por otro lado, en el rango de 21 a 30 años la percepción de los encuestados es que el 54 % considera haber en este grupo un nivel medio de empleabilidad; en el rango de edad 31 a 40 años la apreciación de los encuestados es que el 94 % considera tener en este grupo un nivel alto de empleabilidad; por último, en rango de edad de 41 a 50 años la percepción de los encuestados es que el 100 % considera tener también un nivel alto de empleabilidad.

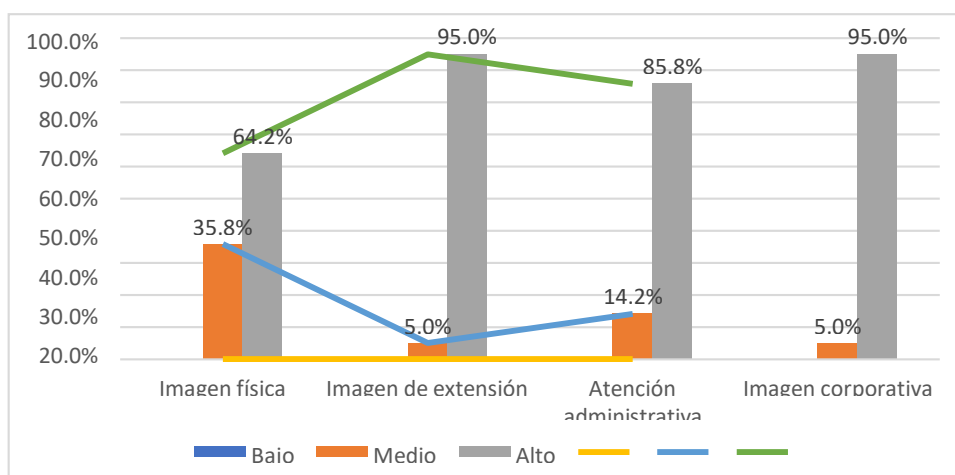
Tabla 5

Distribución de niveles de la variable Imagen corporativa según dimensiones

Dimensiones	Bajo		Medio		Alto		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Imagen física	0	0.0%	43	35.8%	77	64.2%	120	100%
Imagen de extensión	0	0.0%	6	5.0%	114	95.0%	120	100%
Atención administrativa	0	0.0%	17	14.2%	103	85.8%	120	100%

Figura 4

Distribución de niveles de la variable Imagen corporativa según dimensiones



En la tabla 5 y figura 4 se presentan los resultados de la variable Imagen Corporativa, en ella observamos que la variable tiene el nivel alto, al igual que sus dimensiones. En ellas observamos la dimensión Imagen física que según los resultados que arroja la muestra de estudio que el 64,2 % tiene una percepción alta; de igual modo en la dimensión imagen de extensión, el 95,0 % de los encuestados perciben un nivel alto de imagen corporativa y por último la dimensión atención administrativa en la percepción de los encuestados un 85,8 % tienen un nivel alto.

Contrastación de hipótesis

Contrastación de la hipótesis general

Ho: No existe una relación positiva entre la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

Ha: Existe una relación positiva entre la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

Tabla 6

Coefficiente de correlación empleabilidad e imagen corporativa

Correlación		Empleabilidad	Imagen corporativa
Rho de Spearman	Empleabilidad	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	120
	Imagen corporativa	Coefficiente de correlación	0.919
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	120

En la tabla 6 se visualiza que la Rho de Spearman es de 0,919, ella nos permite establecer la existencia de una correlación positiva muy fuerte y significativa ($p = 0.00 < 0.05$), consecuentemente permitiéndose en la investigación rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de investigación en el sentido que existe una

relación positiva entre la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

Contrastación de la hipótesis específica 1

Ho: No existe una relación directa entre los componentes personales de la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022

Ha: Existe una relación directa entre los componentes personales de la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

Tabla 7

Coefficiente de correlación componentes personales e imagen corporativa

Correlación		Componentes personales	Imagen corporativa
Rho de Spearman	Componentes personales	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	0,186
		N	120
	Imagen corporativa	Coefficiente de correlación	0,122
		Sig. (bilateral)	0,186
		N	120

La tabla 7 nos muestra los resultados de correlación de la Rho de Spearman es de 0,122, indicándonos la existencia de una correlación positiva muy débil pero no significativa con una significancia de 0,186 mayor a 0,05 entre la dimensión componentes personales de la empleabilidad y la variable imagen corporativa; hallazgo que también nos permite consecuentemente, rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de investigación en el sentido que, existe una relación directa entre los componentes personales de la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

Contrastación de la hipótesis específica 2

Ho: No existe una relación directa entre los componentes socio personales de la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

Ha: Existe una relación directa entre los componentes socio personales de la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

Tabla 8

Coefficiente de correlación componentes socio – personales e Imagen corporativa

Correlación		Componente socio - personales	Imagen corporativa
	Coefficiente de correlación	1,000	0,669
Componente socio - personales	Sig. (bilateral)		0,000
Rho de Spearman	N	1	120
	Coefficiente de correlación	0,669	1,000
Imagen corporativa	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	120	120

En la tabla 8 se visualiza el resultado de la Rho de Spearman, el cual nos arroja una correlación de 0,669, indicándonos la existencia de una correlación positiva media y significativa, ya que la significancia es 0,000 menor a 0,05 entre la dimensión componentes socio personales de la empleabilidad y la variable imagen corporativa; resultado que nos lleva a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de investigación, en el sentido que existe una relación directa entre los componentes socio personales de la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

Contrastación de la hipótesis específica 3

Ho: No existe una relación directa entre los componentes de empleabilidad y la

imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022

Ha: Existe una relación directa entre los componentes de empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022

Tabla 9

Coefficiente de correlación componentes de empleabilidad e imagen corporativa

Correlación		Componentes de empleabilidad	Imagen corporativa
Rho de Spearman	Componentes de empleabilidad	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	120
Rho de Spearman	Imagen corporativa	Coefficiente de correlación	0.951
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	120

La tabla 9 nos muestra los resultados de la prueba del Rho de Spearman, en ella se observa una correlación de 0,951, indicándonos la existencia de una correlación positiva muy fuerte y significativa ($p < 0.05$) entre la dimensión componente de empleabilidad y la variable imagen corporativa; resultado que nos conduce a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de investigación en el sentido que existe una relación directa entre los componentes de empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

V. DISCUSIÓN

Se encontró una asociación positiva sustancial de 0,919 entre los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo 2022 y la empleabilidad y la imagen corporativa, de acuerdo al propósito general del estudio. Un valor P de 0,05 indica que la hipótesis alternativa, que existe una fuerte asociación entre la empleabilidad y la imagen pública de la empresa, es correcta. Sostenibles son estos resultados basados en los antecedentes revisados: Investigadores de Lima, como León (2020), Mendoza(2020), Roque (2019), Benavidez y Cruz (2018) y Flores (2017), encontraron una relación moderadamente fuerte, positiva y alta entre la imagen personal y la institucional en muestras amplias de una cantidad mayor de 250 que egresaron. Se revisaron investigaciones anteriores y encontraron estudios como los de Andrade (2020), Suárez (2019), y Andrade (2019).

En el segundo ejemplo, se incluyen en el tamaño de la muestra entre 25 y 150 estudiantes y graduados. En cuanto a los instrumentos, existe una gran diferencia entre la forma en que se utilizaron las encuestas, las guías de observación y las referencias de los compañeros para determinar los criterios de empleabilidad: componentes personales, características socio personales en las que se consideraron 22 ítems; y el segundo cuestionario de variables de imagen institucional compuesto por dimensiones como la imagen física, las imágenes de extensión y la atención administrativa, que incluyó 19 ítems; para el primer cuestionario.

Con la finalidad de alcanzar la mayor cantidad posible de personas, la auto encuesta se realizó por vía digital. Como es sabido, los métodos indirectos de recoger datos, aunque son más rápidos, tienen el inconveniente de ser menos fiables en cuanto a los datos recogidos. Esto debe tenerse en cuenta a la hora de sopesar las conclusiones de este estudio, y es algo que puede mejorarse.

Según el resultado del objetivo específico 1 la relación que hay entre los componentes personales y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo 2022 quienes obtuvieron un resultado de 0.122 obteniendo una correlación positiva muy débil pero no significativa, ya que la significancia es 0.186 mayor a 0.05, lo que lleva aceptar la hipótesis nula, no existe relación significativa entre los componentes personales y la imagen corporativa de

los que egresaron en el Cetpro Esun BusinessSchool Ugel Huancayo.

La figura uno muestra que, para el primer objetivo especificado, el componente personal se sitúa en un nivel elevado, el 64,2%. Las percepciones de los graduados sobre una variable son coherentes con los resultados de este estudio, que se basan en el contexto mencionado y en las ideas sobre el uso de los instrumentos. Como consecuencia de estos hallazgos, se puede concluir que los resultados no son aplicables a este grupo.

Según el resultado del objetivo específico segundo, la relación que hay entre los componentes socio-personales y la imagen corporativa en los egresados en el CetproEsun Business School UGEL Huancayo – 2022 cuyo resultado de 0.669 obteniendo una correlación positiva media así mismo la correlación es significativa con un valor de 0.000 correspondiente a $P < 0.05$ validando la hipótesis alterna que involucra la relación significativa entre los componentes socio-personales y la imagen corporativa de los que egresaron. Utilizando muestras conformadas por más de 350 estudiantes y recién egresados, estos investigadores encontraron que hay una relación fuerte y positiva moderada entre los componentes socio personales y la imagen de la institución, lo cual comprobaron en estudios anteriores de León (2020), Roque (2019), Suárez (2019) y Turpo (2017) en Lima. En la revisión de antecedentes también se encontraron estudios de Suárez (2019) y Turpo (2017). Estos estudios también son no correlativos, pero tienen en cuenta los indicadores de la investigación actual en la India y en Chile Siddarth (2020), Sambell (2020), Mahajan (2017), Riquelme-Brevis (2018).

Según el resultado del objetivo específico tercero, la relación entre los componentes de empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun BusinessSchool Ugel Huancayo – 2022 quienes obtuvieron un resultado de 0.951 lográndose una correlación positiva fuerte, Así mismo, la correlación es significativa con un valor de 0.000 correspondiente a un $P < 0.05$ validando la hipótesis alterna que involucra la relación significativa entre los componentes de empleabilidad y la imagen corporativa. A partir de los datos de Chen (2016), India y Taiwán, Cerrato et al. (2016), India y Honduras y Roque (2019) en Lima, estos estudios encontraron que se da una relación moderada y medianamente significativa entre la gestión de la empleabilidad y la imagen institucional, la cual fue aplicada a grandes muestras a una cantidad mayor de 300 personas que ya

egresaron; además, en la revisión de antecedentes, se encontró que existen estudios como estos.

Para ambas variables, la empleabilidad e imagen institucional, se utilizaron cuestionarios de 22 y 19, respectivamente; la técnica de la auto encuesta, la cual consta de una búsqueda sistemática de información con el propósito de que sea aplicada a una gran cantidad de encuestados simultáneamente; como es sabido los métodos indirectos de recoger datos; pueden optimizarse a medida que se avanza en el análisis y control de otros factores como la fiabilidad.

De acuerdo con los antecedentes mencionados y las consideraciones acerca de la utilización de los instrumentos, estos resultados reflejan una conformidad e identificación de la percepción de esta variable, pudiendo apreciarse en las figuras 2 y 3. La figura 2 muestra un valor de 95 por ciento de nivel alto para el componente de empleabilidad. Se estableció un nivel alto para todos los titulados de entre 41 y 50 años, así como para todos los titulados de entre 14 y 20 años, con una diferencia de 12 puntos porcentuales entre ambos grupos, con tendencia al alza. Dado que la edad no es un factor de empleabilidad para los distintos grupos de edad, se puede deducir que los resultados encontrados son favorables.

VI. CONCLUSIONES

Primera:

Se logró determinar la existencia de una correlación de la Rho de Spearman de 0,122, mostrándose la existencia de una correlación positiva muy débil pero no significativa con una significancia es 0,186 mayor a 0,05 entre la dimensión componentes personales de la empleabilidad y la variable imagen corporativa, permitiéndonos rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de investigación en el sentido que, existe una relación directa entre los componentes personales de la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

Segunda:

Se determinó la existencia de una correlación de la Rho de Spearman de 0,669, indicándonos la existencia de una correlación positiva media y significativa entre la dimensión componentes socio personales de la empleabilidad y la variable imagen corporativa; resultado que nos permite afirmar que existe una relación directa entre los componentes socio personales de la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

Tercera:

Se determinó una correlación (prueba del Rho de Spearman) de 0,951, indicándonos la existencia de una correlación positiva muy fuerte y significativa ($p < 0.05$) entre la dimensión componente de empleabilidad y la variable imagen corporativa; deduciéndose de ella la existencia de una relación directa entre los componentes de empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

Cuarta:

Finalmente, de manera general, se determinó una correlación con la Rho de Spearman de 0,919, indicándonos la existencia de una correlación positiva muy fuerte y significativa ($p = 0.00 < 0.05$) entre las variables en estudio de la empleabilidad e imagen corporativa; deduciéndose la existencia de una relación

positiva entre la empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del Cetpro Esun Business School Ugel Huancayo en el año 2022.

VI. RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda que la comunidad educativa del Cetpro Esun Business School establezca vínculos institucionales con colectivos profesionales y convenios con el sector productivo para potenciar la inserción de los egresados en el mercado laboral.

Segunda: Se recomienda trabajar habilidades blandas dentro del ámbito administrativo, personal docente y estudiantil para poder fortalecer el liderazgo e iniciativa profesional, comunicación asertiva, deseos de aprender y estar a la vanguardia, el trabajo en equipo, fortalecer la capacidad analítica y resolución de problemas y hacer todo lo posible para que sus estudiantes estén preparados para el mercado laboral una vez que se gradúen, entonces será de mucho éxito.

Tercera Se recomienda que el equipo directivo mejore la gestión administrativa en las áreas de imagen institucional y divulgación, difundiendo los servicios a través de sistemas de comunicación digital, redes sociales, etc.

Cuarta: Es imprescindible que se destinen presupuestos de inversión a la mejora de las infraestructuras de los talleres, para que los estudiantes puedan practicar sus habilidades en un entorno real.

REFERENCIAS

Alhazmi, F. (2020). *Percepciones de los estudiantes universitarios sauditas sobre la calidad del servicio en Educación*, Universidad de Taibah, Arabia Saudita.L:

<https://doi.org/10.5539/jel.v9n5p151>

Alva Tamayo, D. H. (2020). *Infraestructura arquitectónica educativa e imagen institucional en la Institución Educativa República de Bolivia, Villa el Salvador-2019*, UCV.

<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/40235>

Andrade Babilonia, J. L. (2020). Nivel de Empleabilidad en la Municipalidad de San Borja y San Juan de Lurigancho, Lima 2019. [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]. <https://n9.cl/ntxp>

Ayre Yangali, C. (2018). *Desarrollo de competencias laborales y empleabilidad de los egresados del centro de educación técnico- productiva Peruano Alemán del cercado de Lima 2016*, [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo].

<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/14720>.

Benavidez Núñez, C. E. y Cruz Villegas, H. N. (2018). *Nivel de Empleabilidad y Desarrollo Socioeconómico de los Jóvenes de 18 – 25 Años de la Ciudad de Chota*, [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo].

<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/32072>

Bist, S.S., Mehta, N., Mehta, D. y Meghrajani, I. (2020). *Percepción de los empleadores sobre las habilidades de empleabilidad de los estudiantes de gestión en prácticas*, Revista internacional de aprendizaje integrado en el trabajo. 21 (2). págs. 145-161.

<https://ssrn.com/abstract=3654948>

Carrasco, S. (2009). *Metodología de la investigación científica*. Lima

Cerrato, K., Argueta, L. y Zavala, J. (2017). *Determinantes de la empleabilidad en el mercado laboral*, Revista Economía y Administración (EyA), 7(1), 21-40.

<https://doi.org/10.5377/eya.v7i1.4292>

Chaparro, Turpo J., & Jaimes, D. (2017). *Estudio de los vínculos entre cultura*

organizacional y calidad de los servicios educativos en la imagen institucional de una universidad privada confesional. *Apuntes Universitarios*, 7(1), 97–116. <https://doi.org/10.17162/au.v7i1.203>

Chambergo, E. J. S. y Alcarazo, D. E. T. (2019). *Estrategias de marketing educativo para el posicionamiento de una institución educativa – 2018*, *Horizonte Empresarial* 6(1), 24-31. <https://n9.cl/v6ls>

Chen, C. T. (2016). The Investigation on Brand Image of University Education and Students' Word-of-Mouth Behavior. *Higher Education Studies*, 6(4), 23-33. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1113496>

Cheptoo, R. (2020). El papel de la competencia en la reducción del desempleo juvenil: Basado en la competencia Enfoque del plan de estudios. *Shanlax Internacional Revista de educación*, vol. 8, no. 4, págs. 33-37. DOI: <https://doi.org/10.34293/education.v8i4.3343>

Durán-Aponte, E. y Arias-Gómez, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320-340. <https://www.redalyc.org/pdf/4978/497856275007.pdf>.

Flores, M. (2017). *Infraestructura escolar e imagen institucional de las instituciones educativas UGEL 10 Chancay-2015*, [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]. <https://n9.cl/wop6>

García Morales, S. N. (2019). *El empoderamiento docente y la imagen institucional en la Institución Educativa n° 1251 Peruano Suizo, Lima, 2018*, [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/37691>

González de la Rosa, J. T. (2016) *Modelo de factores predictores de desempeño e imagen institucional validado en colegios confesionales dominicanos*, [Tesis de Doctorado, Universidad de Montemorelos]. <http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/handle/20.500.11972/197>

Gordillo, L. D., Domínguez, B. M., Vega, C., De la Cruz, A., y Ángeles, M. (2020). *El marketing educativo como estrategia para la satisfacción de alumnos*

- universitarios*, Propósitos y Representaciones, 8(spe), <https://dx.doi.org/10.20511/pyr2020.v8nspe1.499>
- Iglesias-Cortizas, M. J., y Rodicio-García, M. L. (2013). *El desarrollo de la creatividad e innovación. Un reto ante la crisis actual*, Revista de investigación en educación, 11(1), 134-148. <https://cutt.ly/BkCINj1>
- INEI (2020) *Situación del mercado laboral en Lima Metropolitana*, Informe Técnico. <https://cutt.ly/BkCzoqy>
- León, P. (2020). *Calidad de servicio e imagen institucional: caso de estudio GAD San Miguel de Bolívar*. <http://doi.org/10.33789/enlace.19.2.75>
- Mahajan, P. y Suresh, G., (2017). Enfoque de las habilidades de empleabilidad en la educación técnica y su impacto en la satisfacción de seleccionar un 49 instituto. *Revista Internacional de Gestión y Ciencias Sociales*. 5 (2), 258-265 <https://ssrn.com/abstract=2927338>
- Maldonado, J., Guzmán, M. C., y Macías, G. H. (2019). *Estudio de inserción laboral de los graduados, Carrera Marketing*, Universidad Técnica Estatal de Quevedo. *Universidad y Sociedad*, 11(2), 99-103. <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Martínez Rueda, N., Aróstegui Barandica, I. y Galarreta Lasa, J. (2018). *Factores organizacionales que inciden en la mejora de la empleabilidad de las Empresas de Inserción*, CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 94, 123-154 <https://roderic.uv.es/handle/10550/68917>
- Mendoza Sánchez, Y. (2020). *Gestión administrativa y empleabilidad de egresados del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Manuel Seoane Corrales, Lima Este-2019*. [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]. <https://cutt.ly/lkN4lby>
- Meneses Crispín, Á. R. (2017). *Empleabilidad de jóvenes en Lima Metropolitana en el periodo 2010-2015*. [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/6637>.
- Neffa, J.C. (Diciembre 2016) El concepto de empleabilidad y sus usos. Conference: Congreso de la Asociación Uruguaya de Sociología del Trabajo. National Scientific and Technical Research Council. Uruguay. <https://www.researchgate.net/publication/321546181>

- Riquelme-Brevis, H., Rivas-Burgos, M., y Riquelme-Brevis, M. (2018). *Criterios de empleabilidad en la educación técnico-profesional. Tensiones y retos en la especialidad salud, Araucanía, Chile. Revista Electrónica Educare*, 22(2), 179-203. <https://dx.doi.org/10.15359/ree.22-2.11>
- Rodríguez, R. D. C. M., Corona, L. B., y Espinosa, A. H. (2019). *Competencias genéricas para la globalización desde la perspectiva de los estudiantes de ingeniería. Bulgarian Comparative Education Society*. <https://eric.ed.gov/?id=ED596922>.
- Roque Paredes, O. (2019). *Influencia de la gestión universitaria en la empleabilidad del egresado de la carrera de arquitectura de la Universidad Ricardo Palma*. [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional Federico Villareal]. <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/3650>
- Sambell, R., Devine, A., Lo, J., & Lawlis, T. (2020). *Work-integrated learning builds student identification of employability skills: Utilizing a food literacy education strategy*. *International Journal of Work Integrated Learning*, 21(1), 63-87. https://www.ijwil.org/files/IJWIL_21_1_63_87.pdf
- Sameena, T. K. (2020). *Percepción de los estudiantes sobre la calidad de los servicios básicos en las instituciones de educación superior en los EAU*. *Shanlax International Journal of Education*, 8(2), 43-49. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1256066>.
- Suarez Escobar, L. A. (2019). *El marketing estratégico y la gestión de la calidad su influencia en la imagen institucional en la escuela de oficiales de la policía nacional del Perú*. [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional Federico Villareal] <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/3608>
- Suárez Lantarón, B. (2016). *Empleabilidad: análisis del concepto*. *Revista De Investigación En Educación*, 14(1), 67-84. <https://cutt.ly/HkMMkf4>
- Yalle Taboada, E. A. (2015). *La gestión administrativa y la imagen institucional de la institución educativa N°7073 de la UGEL N° 01*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle] <https://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/369>

ANEXOS



"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Ciudad de Huancayo, 22 de junio de 2022

OFICIO N° 010 DG/ESUN/HYO/2022

Señora:

**Dra. Helga Ruth Majo Marrufo
JEFA DE LA ESCUELA DE POSGRADO
CAMPUS LIMA ATE**

Asunto : **AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR INVESTIGACIÓN**

Ref : N° de Carta : 399-2022-UCV-VA-EPG-F06L03/I de fecha 8 de junio/22

Ciudad -

Luego de saludarla muy cordialmente, a nombre de **ESUN BUSINESS SCHOOL** y en mi condición de Director General y visto el documento de la referencia, mi despacho **AUTORIZA** la realización de ejecutar la Investigación en mi representada, con el detalle siguiente:

1. Apellidos y nombres de estudiante: **TRUJILLO COCHACHI ANGELICA PILAR**
2. Programa de estudios : **Maestría**
3. Mención : **Administración de la Educación**
4. Ciclo de estudios : **Tercer ciclo**
5. Título de la investigación : **"EMPLEABILIDAD E IMAGEN CORPORATIVA EN EGRESADOS DEL CETPRO "ESUN BUSINESS SCHOOL" UGEL HUANCAYO - 2022**

Esperando vuestra atención al presente, me suscribo de usted,

Muy Atentamente

Rafael Hugo Arias Salazar
DOCTOR EN EDUCACIÓN

C.C.
Dirección Académica
GG
Arch





CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mg. Guido Bravo Huaynates

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Facultad de Educación de la UCV, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el grado de Magister en Administración de la Educación.

El título del proyecto de investigación es: **"Empleabilidad e imagen corporativa en egresados del CETPRO Esua Business School Ucvl Huancayo - 2022"**, y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Lic. Angélica Pilar Trujillo ~~Cacho~~
D.N.I: 21287898



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Rafael Arias Salazar

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Facultad de Educación de la UCV, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el grado de Magister en Administración de la Educación.

El título del proyecto de investigación es: "~~Empleabilidad e imagen corporativa en egresados del CETPRO Esun Business School Unel Huancayo - 2022~~", y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Lic. Angélica Pilar Trujillo Cochaco
D.N.I: 21287896

ANEXO 1: Matriz de operacionalización Variable Independiente: Empleabilidad

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Empleabilidad	En el aspecto conceptual de empleabilidad se dice que es la capacidad que un individuo tiene para tener un empleo que responda a sus necesidades profesionales, económicas y de desarrollo durante su vida Cerrato, <i>et al.</i> , (2017).	La definición operacional de la empleabilidad se concibe como aquella que permite observar, medir la expresión natural de la variable. Para el estudio de la medición de la variable, luego del análisis de cualidades y características se organizó en base al marco teórico en las siguientes dimensiones: Componentes personales; Componentes socio-personales y Componentes de empleabilidad.	Componentes personales	Cualidades personales. Habilidades de búsqueda de empleo.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6	Ordinal EI inventario está compuesto por 22 ítems de opción múltiple: Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5
			Componentes socio-personales	Gestión de recursos personales. Relaciones interpersonales. Conocimiento informático	7 – 8 – 9 – 10 – 11 – 12 – 13 – 14 – 15	
			Componentes de empleabilidad	Dominio técnico-éticas Experiencia laboral Formación adecuada. emprendedurismo.	16 – 17 – 18 – 19 – 20 – 21 – 22	

Fuente: Elaboración propia

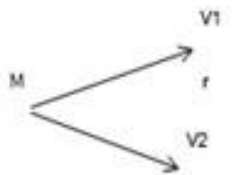
ANEXO 2: Matriz de operacionalización: Variable Dependiente: Imagen corporativa

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Imagen corporativa	Es un conjunto de apreciaciones, características e impresiones que la institución es identificada y conocida a través del público que la recuerdan y rememoran; es frecuente que las personas se formen o proyecten una idea o imagen de la institución que pueden ser favorables o no; siendo la imagen la base principal de comunicación con los usuarios Suarez (2019).	La definición operacional de la imagen institucional se concibió como aquella que permite observar, medir la expresión en su estado natural de la variable, luego del análisis de cualidades y características se organizó en base al marco teórico en las siguientes dimensiones: imagen física, imagen de extensión y atención administrativa.	Imagen Física	Infraestructura Equipos y maquinarias Agentes educativos.	1 – 2 – 3 – 4 – 5	Ordinal El inventario está compuesto por 19 ítems de opción múltiple: Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5
			Imagen de extensión	Marketing Medios de comunicación Gestión de mantenimiento	6 – 7 – 8 – 9 – 10 – 11	
			Atención administrativa	Conocimiento por parte de los servidores. Habilidad para inspirar confianza.	12 – 13 – 14 – 15 – 16 – 17 – 18 – 19	

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 3: Matriz de operacionalización de variables

Matriz de Consistencia del Proyecto								
Título: "Empleabilidad e imagen corporativa en egresados del CETPRO Esun Business School UGEL Huancayo - 2022"								
Autora: Angélica Pilar Trujillo Cochachi								
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES					
Problema General	Objetivo General	Hipótesis general	Variable: Empleabilidad					
¿Cuál es la relación entre la empleabilidad e imagen corporativa en egresados del CETPRO ESUN Business School UGEL Huancayo - 2022?	Determinar la relación entre la empleabilidad e imagen corporativa en egresados del CETPRO ESUN Business School UGEL Huancayo - 2022	Existe relación significativa entre la empleabilidad e imagen corporativa en egresados del CETPRO ESUN Business School UGEL Huancayo - 2022.	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y rangos	
Problema específico 1 ¿Cuál es la relación que existe entre los componentes personales y la imagen corporativa en los egresados del CETPRO ESUN Business School UGEL Huancayo - 2022?	Objetivos específicos 1 Determinar la relación que existe entre los componentes personales y la imagen corporativa en los egresados del CETPRO ESUN Business School UGEL Huancayo - 2022	Hipótesis específicas: 1 Existe relación significativa entre los Componentes personales y la imagen corporativa en los egresados en el CETPRO ESUN Business School UGEL Huancayo - 2022	Componentes personales	<ul style="list-style-type: none"> Cualidades personales de Habilidades de búsqueda de empleo 	1 - 6	Escala: ordinal Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)	Alto (23 - 30) Medio (14 - 22) Bajo (6 - 13)	
Problema específico 2 ¿Cuál es la relación que existe entre los componentes socio-personales y la imagen corporativa en los egresados del CETPRO ESUN Business School UGEL Huancayo - 2022?	Objetivo específicos 2 Determinar la relación que existe entre los componentes socio-personales y la imagen corporativa en los egresados en el CETPRO ESUN Business School UGEL Huancayo - 2022	Hipótesis específicas: 2 Existe relación significativa entre los Componentes socio-personales y la imagen corporativa en los egresados en el CETPRO ESUN Business School UGEL Huancayo - 2022	Componentes socio-personales: se define como el valor que tiene la creatividad e innovación para modificar la conducta de la persona y de la sociedad. Iglesias-Cortizas, Rodicio-García, (2013).	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de recursos personales Relaciones interpersonales. Conocimiento informático 	7 - 15			Alto (34 - 45) Medio (21 - 33) Bajo (9 - 20)
Problema específico 3 ¿Cuál es la relación que existe entre los componentes de empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del CETPRO ESUN Business School UGEL Huancayo - 2022?	Objetivo específico 3 Determinar la relación que existe entre los componentes de empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del CETPRO ESUN Business School UGEL Huancayo - 2022	Hipótesis específicas: 3 Existe relación significativa entre los componentes de empleabilidad y la imagen corporativa en los egresados del CETPRO ESUN Business School UGEL Huancayo - 2022	Componentes de empleabilidad:	<ul style="list-style-type: none"> Dominio técnico - éticas. Experiencia laboral Formación adecuada Emprendedurismo. 	16 - 22			Alto (27 - 35) Medio (17 - 26) Bajo (7 - 16)
			Empleabilidad		1 - 22			Alto (82 - 110) Medio (52 - 81) Bajo (22 - 51)
Variable: Imagen Corporativa								
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y rangos				
Imagen Física:	<ul style="list-style-type: none"> Infraestructura Equipos y maquinarias Agentes educativos 	1 - 5		Alto (19 - 25) Medio (12 - 18) Bajo (5 - 11)				

			Imagen de extensión <ul style="list-style-type: none"> Marketing Medios de comunicación Gestión de Mantenimiento 	6 - 11	Siempre (5) Casi siempre (3) Casi nunca (2) Nunca (1)	Alto (23 - 30) Medio (14 - 22)
			Atención administrativa: <ul style="list-style-type: none"> Atención Capacidad de respuesta Calidad de servicio 	12 - 19		Bajo (6 - 13) Alto (30 - 40) Medio (19 - 29) Bajo (8 - 18)
			Imagen	1 - 19		Alto (71 - 95) Medio (40 - /U) Bajo (19 - 45)
TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN		POBLACIÓN Y MUESTRA		TÉCNICAS E INSTRUMENTOS		MÉTODO DE ANÁLISIS
<p>Enfoque: Cuantitativo Tipo: Básico. Diseño: Correlacional. No experimental, transversal, Descriptivo.</p>  <p>Donde: M = Muestra de la población V₁ = Variable: Gestión de grado de ocupación laboral V₂ = Variable: Imagen corporativa r = Correlación entre 2 variables</p> <p>Método: Hipotético-deductivo.</p>		<p>Población: 150 egresados</p> <p>Tipo de muestra: Muestra intencional por conveniencia.</p> <p>Tamaño de muestra: 120 egresados del CEPRO ESUN Business School entre los años 2019, 2020, 2021 y 2022</p> <p>Criterios de inclusión: Egresados del programa de cajero bancario.</p> <p>Criterios de exclusión: Alumnos NE</p>		<p>Variable 1: Empleabilidad</p> <p>Técnicas: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autores: Meneses (2017), Mendoza (2020), Avila (2018), Orellana (2018)</p> <p>Estructura: 26 ítems distribuidos en tres dimensiones: Componentes personales, Componentes socio-personales, Componentes de grado de ocupación laboral</p> <p>Variable 2: Imagen Corporativa</p> <p>Técnicas: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autores: Yalle 2015, Suarez 2019, Díaz (2018)</p> <p>Estructura: 17 ítems distribuidos en tres dimensiones: Imagen Física, Imagen de Extensión, Atención administrativa</p>		<p>Estadística descriptiva: Se usarán tablas de frecuencias y gráficos estadísticos para mostrar los resultados encontrados.</p> <p>Estadística inferencial: Se usará el índice de correlación de Spearman para la comprobación de las hipótesis.</p> $\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$

ANEXO 4: Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la empleabilidad

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³				Sugerencias	
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M D	D	A		M A
	DIMENSIÓN 1: Componentes Personales												
1	Soy capaz de cumplir con los acuerdos y normas establecidas.			X			X					X	
2	Si hay que hacer algo tomo la iniciativa, antes que me lo pidan			X			X					X	
3	Tengo confianza en lo que hago			X			X					X	
4	Busco trabajo a través de avisos			X			X					X	
5	Me siento capaz para presentarme a una entrevista de trabajo			X			X					X	
6	Soy una persona comunicativa			X			X					X	
	DIMENSIÓN 2: Componentes socio-personales												
7	Propongo ideas para el desarrollo del trabajo en equipo			X			X					X	
8	Me muestro comprensivo hacia las necesidades de mis compañeros de trabajo			X			X					X	
9	Estoy dispuesto a estar constantemente actualizado en mis conocimientos relacionados a mi ocupación o profesión			X			X					X	
10	Escucho con atención el mensaje de la otra persona para poder entenderlo			X			X					X	

11	Ante alguna situación de emergencia me siento capaz de dirigir el trabajo.				X				X				X
12	Cuento con la experiencia solicitada en los trabajos				X				X				X
13	Manejo equipos tecnológicos del programa académico que estudie				X				X				X
14	Manejo de manera adecuada las redes sociales				X				X				X
15	Utilizo las herramientas básicas de ofimática(Word, Excel, power point)				X				X				X
DIMENSIÓN 3: Componentes de empleabilidad													
16	Después de egresar le tomo mucho tiempo conseguir empleo en el programa académico que estudio				X				X				X
17	En qué medida su trabajo actual se relaciona con sus estudios en el que se formó				X				X				X
18	Cuento con algún certificado técnico relacionado al puesto de trabajo al que postula.				X				X				X
19	Tiene manejo adecuado de matemáticas básicas que aplica a las actividades laborales.				X				X				X
20	Me resulta comprensible el manual de instrucción de los programas de Administración				X				X				X
21	Me siento preparado para aplicar lo aprendido en algún campo específico del área administrativa				X				X				X
22	Cuento con conocimientos básicos para dirigir una pequeña empresa				X				X				X

Observaciones: Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Guido Junior Bravo Huaynates

DNI: 21134641

Especialidad del validador: Metodología de Investigación

04 de junio del 2022



.....
Mg. Guido J. Bravo Huaynates
DOCENCIA E INVESTIGACION

Firma del Experto Informante

ANEXO 5: Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la imagen corporativa

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Imagen física													
1	El mantenimiento de la infraestructura es adecuada.				X	=			X				X	
2	El programa académico esta implementado con equipos audiovisuales para dar un mejor servicio.				X	=			X				X	
3	El programa cuenta con máquinas y equipos requeridos para la especialidad.				X	=			X				X	
4	Los docentes visten apropiadamente reflejando una buena imagen de la institución				X	=			X				X	
5	Los docentes tienen la capacidad de trabajar en equipo				X	=			X				X	
	DIMENSIÓN 2: Imagen de extensión													
6	La publicidad emitida por las redes sociales para promocionar los programas de enseñanza son adecuados				X	=			X				X	
7	Las exposiciones de los trabajos que realizan los estudiantes son interesantes				X	=			X				X	
8	La atención brindada por los asesores de informes respondió a su requerimiento				X	=			X				X	
9	La información publicitaria emitida en Facebook le fue de utilidad.				X	=			X				X	
10	Las instalaciones de la institución se mantiene limpias y ordenadas				X	=			X				X	
11	El director se preocupa por la mejora de las instalaciones				X	=			X				X	
	DIMENSIÓN 3: Atención Administrativa													
12	Me sentí satisfecho con la información solicitada referente a mi trámite				X	=			X				X	
13	Cuando solicite requisitos de matrícula la atención fue inmediata				X	=			X				X	

ANEXO 6: Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la empleabilidad

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Componentes Personales													
1	Soy capaz de cumplir con los acuerdos y normas establecidas.				X				X				X	
2	Si hay que hacer algo tomo la iniciativa, antes que me lo pidan				X				X				X	
3	Tengo confianza en lo que hago				X				X				X	
4	Busco trabajo a través de avisos				X				X				X	
5	Me siento capaz para presentarme a una entrevista de trabajo				X				X				X	
6	Soy una persona comunicativa				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Componentes socio-personales													
7	Propongo ideas para el desarrollo del trabajo en equipo				X				X				X	
8	Me muestro comprensivo hacia las necesidades de mis compañeros de trabajo				X				X				X	
9	Estoy dispuesto a estar constantemente actualizado en mis conocimientos relacionados a mi ocupación o profesión				X				X				X	

10	Escucho con atención el mensaje de la otra persona para poder entenderlo				X					X					X	
11	Ante alguna situación de emergencia me siento capaz de dirigir el trabajo.				X					X					X	
12	Cuento con la experiencia solicitada en los trabajos				X					X					X	
13	Manejo equipos tecnológicos del programa académico que estudie				X					X					X	
14	Manejo de manera adecuada las redes sociales				X					X					X	
15	Utilizo las herramientas básicas de ofimática(Word, Excel, power point)				X					X					X	
DIMENSIÓN 3: Componentes de empleabilidad																
16	Después de egresar le tomo mucho tiempo conseguir empleo en el programa académico que estudio				X					X					X	
17	En qué medida su trabajo actual se relaciona con sus estudios en el que se formó				X					X					X	
18	Cuento con algún certificado técnico relacionado al puesto de trabajo al que postula.				X					X					X	
19	Tiene manejo adecuado de matemáticas básicas que aplica a las actividades laborales.				X					X					X	
20	Me resulta comprensible el manual de instrucción de los programas de Administración				X					X					X	
21	Me siento preparado para aplicar lo aprendido en algún campo específico del área administrativa				X					X					X	
22	Cuento con conocimientos básicos para dirigir una pequeña empresa				X					X					X	

Observaciones: Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Rafael Hugo Arias Salazar

DNI: 20040106

Especialidad del validador: Doctor en Administración de la educación

15 de junio del 2022



Rafael Hugo Arias Salazar
DOCTOR EN EDUCACIÓN

ANEXO 7: Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la imagen corporativa

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Imagen física													
1	El mantenimiento de la infraestructura es adecuada.				X	=			X				X	
2	El programa académico esta implementado con equipos audiovisuales para dar un mejor servicio.				X	=			X				X	
3	El programa cuenta con máquinas y equipos requeridos para la especialidad.				X	=			X				X	
4	Los docentes visten apropiadamente reflejando una buena imagen de la institución				X	=			X				X	
5	Los docentes tienen la capacidad de trabajar en equipo				X	=			X				X	
	DIMENSIÓN 2: Imagen de extensión													
6	La publicidad emitida por las redes sociales para promocionar los programas de enseñanza son adecuados				X	=			X				X	
7	Las exposiciones de los trabajos que realizan los estudiantes son interesantes				X	=			X				X	
8	La atención brindada por los asesores de informes respondió a su requerimiento				X	=			X				X	
9	La información publicitaria emitida en Facebook le fue de utilidad.				X	=			X				X	
10	Las instalaciones de la institución se mantiene limpias y ordenadas				X	=			X				X	
11	El director se preocupa por la mejora de las instalaciones				X	=			X				X	
	DIMENSIÓN 3: Atención Administrativa													
12	Me sentí satisfecho con la información solicitada referente a mi trámite				X	=			X				X	
13	Cuando solicite requisitos de matrícula la atención fue inmediata				X	=			X				X	

ANEXO 8: Análisis de confiabilidad

Confiabilidad del instrumento “empleabilidad”

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	120	84,5
	Excluido ^a	22	15,5
	Total	142	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,823	22

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
E1	84,91	86,151	-,618	,845
E2	85,09	68,874	,776	,799
E3	84,58	74,296	,698	,811
E4	85,47	95,478	-,854	,873
E5	85,28	75,025	,387	,817
E6	84,94	67,820	,816	,796
F7	85,36	68,702	,797	,798
F8	85,05	75,913	,507	,816
F9	84,88	75,741	,441	,816
F10	84,70	73,825	,695	,810
F11	85,36	69,039	,861	,798
F12	85,97	71,377	,509	,810
F13	85,93	63,525	,542	,810
F14	85,68	70,722	,536	,809
F15	84,64	72,988	,827	,807
F16	85,77	88,130	-,394	,868
F17	85,99	59,874	,772	,789

F18	84,94	74,106	,317	,819
F19	85,49	68,403	,887	,796
F20	84,85	72,297	,432	,814
F21	85,38	68,944	,620	,804
F22	85,04	74,746	,658	,812

Confiabilidad del instrumento “imagen corporativa”

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	120	84,5
	Excluido^a	22	15,5
	Total	142	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,933	18

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
IF1	71,02	77,798	,894	,924
IF2	71,37	77,293	,813	,925
IF3	71,24	75,563	,745	,928
IF4	70,59	81,218	,596	,931
IF5	70,69	83,744	,899	,928
IE6	70,20	85,035	,437	,934
IE7	71,15	80,414	,636	,930
IE8	70,70	83,926	,886	,928
IE9	70,44	81,375	,688	,929
IE10	70,99	78,647	,900	,924
IE11	70,74	78,462	,679	,929

AA12	70,74	82,109	,939	,926
AA13	70,14	88,425	,219	,937
AA14	70,31	90,921	,002	,939
AA15	70,49	85,950	,444	,933
AA16	70,80	80,750	,847	,926
AA17	70,41	86,244	,441	,933
AA18	72,13	71,724	,801	,928

INSTRUMENTO QUE MIDE LA EMPLEABILIDAD

N°	PREGUNTAS	Nunca	Casi Nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
	DIMENSIÓN 1: Componentes Personales					
1	Soy capaz de cumplir con los acuerdos y normas establecidas.					
2	Si hay que hacer algo tomo la iniciativa, antes que me lo pidan					
3	Tengo confianza en lo que hago					
4	Busco trabajo a través de avisos					
5	Me siento capaz para presentarme a una entrevista de trabajo					
6	Soy una persona comunicativa					
	DIMENSIÓN 2: Componentes socio-personales					
7	Propongo ideas para el desarrollo del trabajo en equipo					
8	Me muestro comprensivo hacia las necesidades de mis compañeros de trabajo					
9	Estoy dispuesto a estar constantemente actualizado en mis conocimientos relacionados a mi ocupación o profesión					
10	Escucho con atención el mensaje de la otra persona para poder entenderlo					
11	Ante alguna situación de emergencia me siento capaz de dirigir el trabajo.					
12	Cuento con la experiencia solicitada en los trabajos					
13	Manejo equipos tecnológicos del programa académico que estudie					
14	Manejo de manera adecuada las redes sociales					
15	Utilizo las herramientas básicas de ofimática (Word, Excel, power point)					
	DIMENSIÓN 3: Componentes de empleabilidad					
16	Después de egresar le tomo mucho tiempo conseguir empleo en el programa académico que estudio					
17	En qué medida su trabajo actual se relaciona con sus estudios en el que se formó					
18	Cuento con algún certificado técnico relacionado al puesto de trabajo al que postula.					
19	Tiene manejo adecuado de matemáticas básicas que aplica a las actividades laborales.					
20	Me resulta comprensible el manual de instrucción de los programas de Administración					
21	Me siento preparado para aplicar lo aprendido en algún campo específico del área administrativa					
22	Cuento con conocimientos básicos para dirigir una pequeña empresa					

INSTRUMENTO QUE MIDE LA IMAGEN CORPORATIVA

N°	PREGUNTAS	Nunca	Casi Nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
	<i>DIMENSIÓN 1: Imagen física</i>					
1	El mantenimiento de la infraestructura es adecuada.					
2	El programa académico esta implementado con equipos audiovisuales para dar un mejor servicio.					
3	El programa cuenta con máquinas y equipos requeridos para la especialidad.					
4	Los docentes visten apropiadamente reflejando una buena imagen de la institución					
5	Los docentes tienen la capacidad de trabajar en equipo					
	<i>DIMENSIÓN 2: Imagen de extension</i>					
6	La publicidad por las redes sociales emitidos para promocionar los programas de enseñanza son precisos (adecuados)					
7	Las exposiciones de los trabajos que realizan los estudiantes son interesantes					
8	La atención brindada por los asesores de informes respondió a su requerimiento					
9	La información publicitaria emitida en Facebook le fue de utilidad.					
10	Las instalaciones de la institución se mantiene limpias y ordenadas					
11	El director se preocupa por la mejora de las instalaciones					
	<i>DIMENSIÓN 3: Atención Administrativa</i>					
12	Me sentí satisfecho con la información solicitada referente a mi trámite					
13	Cuando solicite requisitos de matrícula la atención fue inmediata					
14	La inscripción de matrícula para estudiar fue sencilla					
15	El trámite para solicitar el certificado de estudios es sencillo					
16	El trámite para obtener el certificado de estudios fue rápido					
17	Pienso que el certificado de estudios me sirve para buscar empleo					
18	Obtener el título con el programa de Administración e informática me ayudará a conseguir un puesto de trabajo					
19	El horario de atención de Dirección es asequible					

ANEXO 10: Encuesta de la percepción



ENCUESTA DE LA PERCEPCIÓN DE LA EMPLEABILIDAD E IMAGEN CORPORATIVA EN EL CETPRO ESUN BUSINESS SCHOOL

Estimado egresado(a) del CETPRO ESUN Business School:

La presente encuesta es anónima y se realiza con fines de investigación, se trata de un cuestionario de percepción que forma parte de un estudio sobre las acciones tomadas para la búsqueda de empleo y la relación con la imagen corporativa de donde realizaron su formación técnica. Por ello solicito contestar con

mucha honestidad posible. No existe respuestas buenas ni malas.

Agradezco de antemano su participación

Marque con un aspa (X) la opción que considere conveniente, utilizando la siguiente escala:

1. Nunca
2. Casi nunca
3. Algunas veces
4. Casi siempre
5. Siempre

 esunbsoficial@gmail.com (no compartidos) 
[Cambiar de cuenta](#)

*Obligatorio

DATOS GENERALES:

Sexo: *

- Mujer
- Hombre

3. Soy capaz de cumplir con los acuerdos y normas establecidas. *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

4. Si hay que hacer algo tomo la iniciativa, antes que me lo pidan *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

5. Tengo confianza en lo que hago *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

6. Busco trabajo a través de avisos *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

7. Me siento capaz para presentarme a una entrevista de trabajo *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

8. Soy una persona comunicativa *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

En relación a mis habilidades que tengo para buscar empleo, podría afirmar que:

9. Propongo ideas para el desarrollo del trabajo en equipo *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

10. Me muestro comprensivo hacia las necesidades de mis compañeros de trabajo *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

11. Estoy dispuesto a estar constantemente actualizado en mis conocimientos relacionados a mi ocupación o profesión *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

12. Escucho con atención el mensaje de la otra persona para poder entenderlo *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

13. Ante alguna situación de emergencia me siento capaz de dirigir el trabajo. *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

14. Cuento con la experiencia solicitada en los trabajos *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

Fortalezco de antemano su participación

15. Manejo equipos tecnológicos del programa académico que estudie *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

16. Manejo de manera adecuada las redes sociales *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

17. Utilizo las herramientas básicas de ofimática(Word, excel, power point) *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

De acuerdo a su experiencia laboral, considerando que haya tenido esta oportunidad usted diría que:

18. Después de egresar le tomo mucho tiempo conseguir empleo en el programa académico que estudio *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

19. En qué medida su trabajo actual se relaciona con sus estudios en el que se formó *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

20. Cuento con algún certificado técnico relacionado al puesto de trabajo al que postula. *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

21. Tiene manejo adecuado de matemáticas básicas que aplica a las actividades laborales. *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

22. Me resulta comprensible el manual de instrucción de los programas de Administración *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

23. Me siento preparado para aplicar lo aprendido en algún campo específico del área administrativa *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

24. Cuento con conocimientos básicos para dirigir una pequeña empresa *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

PARTE II: Con referencia al servicio brindado por el CETPRO Esun Business School durante mi formación podría decir:

En relación a las condiciones físicas del local en el cual estudie diría que:

25. 1. El mantenimiento de la infraestructura es adecuada *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

26. 2. El programa académico esta implementado con equipos audiovisuales para dar un mejor servicio. *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

27. 3. El programa cuenta con máquinas y equipos requeridos para la especialidad. *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

28. 4. Los docentes visten apropiadamente reflejando una buena imagen de la institución *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

29. 5. Los docentes tienen la capacidad de trabajar en equipo *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

30. 6. La publicidad por las redes sociales emitidos para promocionar los programas de enseñanza son precisos (adecuados) *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

31. 7. Las exposiciones de los trabajos que realizan los estudiantes son interesantes *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

32. 8. La atención brindada por los asesores de informes respondió a su requerimiento *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

33. 9. La información publicitaria emitida en Facebook le fue de utilidad. *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

34. 10. Las instalaciones de la institución se mantiene limpias y ordenadas *

Selecciona todas las que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

35. 11. El director se preocupa por la mejora de las instalaciones *

Selecciona todas las que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

En relación a la atención administrativa no pedagógico usted puede manifestar que:

36. 12. Me sentí satisfecho con la información solicitada referente a mi trámite *

Selecciona todas las que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

37. 13. Cuando solicite requisitos de matricula la atención fue inmediata *

Selecciona todas las que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

38. 14. La inscripción de matrícula para estudiar fue sencilla *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

39. 15. El trámite para solicitar el certificado de estudios es sencillo *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

40. 16. El trámite para obtener el certificado de estudios fue rápido *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

41. 17. Pienso que el certificado de estudios me sirve para buscar empleo *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

42. 18. Obtener el título con el programa de Administración e informática me ayudará a conseguir un puesto de trabajo. *

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

43. 19. El horario de atención de Dirección es asequible

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, BRAVO HUAYNATES GUIDO JUNIOR, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: "Empleabilidad e imagen corporativa en egresados del Cetpro "Esun Business School" Ugel Huancayo - 2022", cuyo autor es TRUJILLO COCHACHI ANGELICA PILAR, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 07 de Agosto del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
BRAVO HUAYNATES GUIDO JUNIOR DNI: 21134641 ORCID 0000-0002-4148-2291	Firmado digitalmente por: GUIDOJBH el 17-08-2022 15:36:47

Código documento Trilce: TRI - 0401022