



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Reputación corporativa desde la perspectiva del cliente de la Financiera
Crediscotia de Trujillo año 2017.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Autora:

Montero Briceño, Ana María

Asesora metodóloga:

Dra. Espinoza Rodríguez, Olenka Ana Catherine

Asesor especialista.

Mg. Caballero Mujica, Waldo

Línea de investigación:

Marketing

TRUJILLO – PERÚ

(2017)

Resumen

La actual indagación se ejecutó con el fin de establecer el nivel de la reputación corporativa de la Financiera Crediscotia de Trujillo, año 2017, tipo no experimental de corte transversal descriptivo, se empleó por instrumento de investigación una encuesta de 12 preguntas, con una escala Likert con puntuaciones de 1(puntaje mínimo) a 5 (puntaje máximo), a una muestra de 334 clientes de Financiera Crediscotia, llegando a la conclusión, la percepción del cliente de Financiera Crediscotia es de un nivel regular, debido a que el cliente no siente confianza , no atienden sus reclamos en el momento y con información adecuada.

Palabras clave: Reputación corporativa, cliente, perspectiva, confianza.

Abstract

The present research aims to determine the the objective of determining the level of corporate reputation of the Financiera Crediscotia de Trujillo, in 2017, of a non-experimental type with descriptive cross section, a survey of 12 questions was used by means of a survey, with a scale Likert with scores of 1 (minimum score) to 5 (maximum score), to a sample of 334 clients of Financiera Crediscotia, arriving at the conclusion that the client's perception of Financiera Crediscotia is of a regular level, Because the client does not have confidence, it is not allowed to claim at the time and with adequate information.

Key words: Corporate reputation, client, perspective, trust.