



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE
EMPRESAS**

**Branding y la imagen corporativa de la Universidad César Vallejo, Los
Olivos 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas

AUTOR:

Tomaylla Chávez, Irwin Jarir (ORCID: 0000-0001-7411-7963)

ASESOR:

Mg. Rojas Chacón Víctor Hugo (ORCID: 0000-0003-4270-1027)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing Estratégico y operativo

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

Primero a Dios por darme fuerza y voluntad para poder superar los obstáculos y barreras a lo largo del camino, De igual manera dedico esta investigación a mi familia que representaron y representan la motivación más grande en mi vida para continuar cumpliendo mis metas y objetivos.

Agradecimiento

A Dios nuestro señor por no dejarme caer nunca, a mi madre quien deposito en mi sus más grandes esperanzas y me ha brindado su total confianza y apoyo para poder culminar con éxito una de las etapas más importantes en mi carrera profesional, a mi Asesor de tesis Rojas Chacón Víctor Hugo por su disponibilidad y apoyo constante para poder concluir con la presente investigación.

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Resumen	v
Abstract.....	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	15
2.2. Cuadro de Operacionalización de variables.....	18
2.3. Población y muestra.....	20
2.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	20
2.5. Procedimiento	23
2.6. Métodos de análisis de datos	23
2.7. Aspectos éticos	24
III. RESULTADOS	25
IV. DISCUSIÓN.....	40
V. CONCLUSIONES.....	44
VI. RECOMENDACIONES	46
REFERENCIAS	49
ANEXOS	54

Resumen

En esta investigación se trabajó con el objetivo, de identificar la correlación que existe entre el branding y la imagen corporativa de la Universidad César Vallejo, Los Olivos, Lima, 2019. Este proyecto de investigación es de tipo aplicada, de nivel descriptivo correlacional, de diseño no experimental de corte transversal. La muestra es censal y estuvo conformada por 100 alumnos matriculados en el proceso 2019 –I de la Universidad César Vallejo, campus Los Olivos. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento de recolección fue un cuestionario. La validez del instrumento fue evaluado por juicio crítico del asesor. Se determinó su confiabilidad aplicando el coeficiente de alfa de Cronbach. El procesamiento de datos se realizó a través del paquete estadístico SPSS versión 24. La investigación llegó a la conclusión que el branding y la imagen corporativa, existe una correlación de 0,540 esto indica que la relación es positiva moderada. Por lo tanto se confirmó que con una adecuada gestión de Branding se logrará una mejor imagen corporativa de la Universidad César Vallejo.

Palabras Clave: Branding, Imagen corporativa, Elementos Formales y Marketing.

Abstract

The objective of this research was to identify the correlation between branding and the corporate image of the Universidad César Vallejo, Los Olivos, Lima, 2019. This research project is of an applied type, of correlational descriptive level, of a non-experimental cross-sectional design. The sample is census and consisted of 100 students enrolled in the 2019-I process at the Universidad César Vallejo, Los Olivos campus. For data collection, the survey technique was used and the collection instrument was a questionnaire. The validity of the instrument was evaluated by critical judgment of the advisor. Its reliability was determined by applying the Cronbach alpha coefficient. The data processing was performed through the statistical package SPSS version 24. The research concluded that branding and corporate image, there is a correlation of 0.540 this indicates that the relationship is moderately positive. Therefore, it was confirmed that with an adequate management of branding a better corporate image of the Universidad César Vallejo will be achieved.

Keywords: Branding, Corporate Image, Formal Elements and Marketing.

Yo, Rojas Chacón Víctor Hugo, docente de la Facultad de CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS de la Universidad César Vallejo, sede Los Olivos, revisora de la tesis titulada

“Branding y la imagen corporativa de la Universidad César Vallejo, Los Olivos, Lima 2019”, del (de la) estudiante TOMAYLLA CHÁVEZ IRWIN JARIR constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Los Olivos, 02 de diciembre del 2019



Dr. WALTER ENRIQUE ZAVALETA CHÁVEZ
Coordinador de la Escuela Profesional de Marketing y
Dirección de Empresas

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación / y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------