



UCV
UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**"IMAGEN CORPORATIVA EN LA EMPRESA ECKERD PERÚ S.A -
LIMA AÑO 2014"**

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

AUTOR:

GUTIERREZ CACHIQUÉ JESSICA ROSA

ASESOR:

MG. NEYRA CARBAJAL YRMA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA – PERÚ

2015

PAGINA DEL JURADO



.....
Eco. Cesar Cifuentes La Rosa

SECRETARIO

.....
Mg. Juvenal Lozano Lozano

PRESIDENTE



.....
Mg. Teresa Gonzales Moncada

VOCAL

DEDICATORIA

Gracias a esas personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron listas para brindarme toda su ayuda, ahora me toca regresar un poquito de todo lo inmenso que me han otorgado. Con todo mi cariño esta tesis se las dedico a ustedes:

Papá

Mamá

Mis Hermanas Pierina y Karen

Y a ti por confiar siempre en mí Edu.

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis me gustaría agradecerle a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado. A la UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO Y AL PROGRAMA SUBE por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

Y por último a mis jefes de trabajo y amigos quienes son mi segunda familia para mí, los cuales me han motivado durante mi formación profesional.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Jessica Rosa Gutiérrez Cachique con DNI N° 10811582, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Lima, 21 de Abril del 2015

Jessica Rosa Gutierrez Cachique.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada "Imagen Corporativa en la Empresa Eckerd Perú S.A - Lima año 2014", con la finalidad de Identificar la imagen corporativa en la Empresa Eckerd Perú S.A Chorrillos - Lima año 2014, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado en administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Jessica Rosa Gutierrez Cachique.

ÍNDICE

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de gráficos	x
Resumen	xi
Abstract	xii
I. Introducción	13
Problema General	51
Objetivos	52
II. Marco metodológico	53
2.1. Variables	53
2.2. Operacionalización de las variables	53
2.3. Metodología	55
2.4. Tipo de estudio	56
2.5. Diseño de Investigación	56
2.6. Población, muestra y muestreo	57

2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	58
2.7.1. Técnicas de recolección	58
2.7.2. Instrumentos de recolección	58
III. Resultados	59
Confiabilidad de los instrumentos	59
Evaluación de expertos	61
Resultados sobre Gestión Imagen Corporativa	63
IV. Discusión	84
V. Conclusiones	86
VI. Recomendaciones	87
VII. Referencias bibliográficas	88
Anexos	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla Nº 01	Estadios de Fiabilidad	60
Tabla Nº 02	Misión (Realidad Corporativa)	63
Tabla Nº 03	Objetivos (Realidad Corporativa)	64
Tabla Nº 04	Objetivos (Realidad Corporativa)	65
Tabla Nº 05	Destrezas (Realidad Corporativa)	66
Tabla Nº 06	Destrezas (Realidad Corporativa)	67
Tabla Nº 07	Cuerpo Corporativo (Realidad Corporativa)	68
Tabla Nº 08	Héroes (Cultura Corporativa)	69
Tabla Nº 09	Héroes (Cultura Corporativa)	70
Tabla Nº 10	Ritos y Rituales (Cultura Corporativa)	71
Tabla Nº 11	Redes Culturales (Cultura Corporativa)	72
Tabla Nº 12	Redes Culturales (Cultura Corporativa)	73
Tabla Nº 13	Principios Funcionales (Identidad Corporativa)	74
Tabla Nº 14	Historia (Identidad Corporativa)	75
Tabla Nº 15	Historia (Identidad Corporativa)	76
Tabla Nº 16	Aspiraciones (Identidad Corporativa)	77
Tabla Nº 17	Aspiraciones (Identidad Corporativa)	78
Tabla Nº 18	Publicidad Institucional (Comunicación Corporativa)	79
Tabla Nº 19	Gacetas Y Notas Periodísticas (Comunicación Corporativa)	80
Tabla Nº 20	Publicidad de Productos(Comunicación Corporativa)	81
Tabla Nº 21	Eventos (Comunicación Corporativa)	82
Tabla Nº 22	Merchandising (Comunicación Corporativa)	83

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico Nº 01	Misión (Realidad Corporativa)	63
Grafico Nº 02	Objetivos (Realidad Corporativa)	64
Grafico Nº 03	Objetivos (Realidad Corporativa)	65
Grafico Nº 04	Destrezas (Realidad Corporativa)	66
Grafico Nº 05	Destrezas (Realidad Corporativa)	67
Grafico Nº 06	Cuerpo Corporativo (Realidad Corporativa)	68
Grafico Nº 07	Héroes (Cultura Corporativa)	69
Grafico Nº 08	Héroes (Cultura Corporativa)	70
Grafico Nº 09	Ritos y Rituales (Cultura Corporativa)	71
Grafico Nº 10	Redes Culturales (Cultura Corporativa)	72
Grafico Nº 11	Redes Culturales (Cultura Corporativa)	73
Grafico Nº 12	Principios Funcionales (Identidad Corporativa)	74
Grafico Nº 13	Historia (Identidad Corporativa)	75
Grafico Nº 14	Historia (Identidad Corporativa)	76
Grafico Nº 15	Aspiraciones (Identidad Corporativa)	77
Grafico Nº 16	Aspiraciones (Identidad Corporativa)	78
Grafico Nº 17	Publicidad Institucional (Comunicación Corporativa)	79
Grafico Nº 18	Gacetas Y Notas Periodísticas (Comunicación Corporativa)	80
Grafico Nº 19	Publicidad de Productos(Comunicación Corporativa)	81
Grafico Nº 20	Eventos (Comunicación Corporativa)	82
Grafico Nº 21	Merchandising (Comunicación Corporativa)	83

RESUMEN

La "Imagen Corporativa en la Empresa Eckerd Perú S.A - Lima año 2014" es el título del estudio, cuyo objetivo es identificar la Imagen Corporativa en la Empresa Eckerd Perú S.A Lima año 2014. Durante la elaboración de la investigación debemos mencionar que se apoya en el autor Daniel Sheinsohn quien define que la imagen corporativa ante todo una construcción elaborada por el público a partir de elementos de naturaleza muy heterogénea (visuales, culturales, experienciales, etc.) el autor hace referencia a todos los elementos que en la presente damos a conocer con la finalidad de un mejor entendimiento de la Imagen Corporativa, dentro de esta investigación hablamos de los elementos de realidad corporativa, cultura corporativa, identidad corporativa y comunicación corporativa. Se podría decir que la Imagen corporativa es el resultado del grupo de cualidades que los consumidores que describen a una empresa o compañía, es decir, lo que significa la empresa para la sociedad y como la percibe. La población que se utilizó es de 20 colaboradores del área de auditoría interna y la utilización de la muestra en dicha investigación de la Imagen Corporativa se midió mediante una encuesta tipo likert que se ajustó de acuerdo a los criterios a estudiar como vendrían a ser la realidad corporativa en la cual también se incluyó la cultura corporativa de la empresa así como su identidad corporativa y el elemento de la comunicación corporativa, se utilizó una muestra censal ya que se tomó la totalidad de la población de 20 personas del área de auditoría interna, en la misma se utilizó el Alfa de Cronbach y la validez de expertos para determinar la confiabilidad y validación del instrumento, la recolección de datos se dio por medio de una encuesta compuesta de 51 ítems en donde se les realizó entrevistas a los colaboradores para identificar la imagen corporativa en la Empresa Eckerd Perú S.A - Lima año 2014 existente. La información necesaria con el uso del software estadístico SPSS versión 21.0 procediendo el análisis efectuado, según la información reunida se realizó la discusión para finalizar con las conclusiones y recomendaciones.

Palabras Claves: Imagen Corporativa, Realidad Corporativa, Comunicación Corporativa.

ABSTRACT

"Corporate Image Business Eckerd Peru SA - Lima 2014" is the title of the study, which aims to identify corporate image Business Eckerd Peru SA Lima 2014. During the development of the research should be mentioned that relies on Daniel Sheinsohn author who defines the corporate image primarily a construction made by the public from very heterogeneous elements (visual, cultural, experience them, etc.) the author refers to all the elements in this we to know in order to better understand the corporate image, in this research we talk about the elements of corporate reality, corporate culture, corporate identity and corporate communications. You could say that the corporate image is the result of group consumer qualities that describe a company or company, that is, what the company and for society as perceived. The people I was used is 20 employees from the internal audit and the use of the sample in the investigation of the corporate image was measured by a survey Likert which was adjusted according to the criteria to consider as would become reality corporate in which the corporate culture of the company and its corporate identity and the element of corporate communication also included a census sample was used as the entire population of 20 people in the area of internal audit was taken, in it's Alpha Cronbach and validity of experts was used to determine the reliability and validity of the instrument, data collection occurred through a survey composed of 51 items where I underwent interviews with employees to identify the image Corporate at Eckerd Peru SA Company - 2014 Lima existing. The necessary information using the statistical software SPSS version 21.0 proceeding the analysis, according to the information gathered to complete the discussion with the conclusions and recommendations are carried out.

Keywords: Corporate Image, Corporate Reality, Corporate Communications.