



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

# **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

## **ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Relación entre clima organizacional y la imagen corporativa en el personal administrativo de una universidad privada de Ate Vitarte, 2018.

### **TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**AUTOR:**

DÁVILA SEGURA, JUAN CARLOS

**ASESOR:**

ROCIO RUBIO GARCIA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

**LIMA - PERU  
2018**

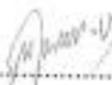
 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F07-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña) **DÁVILA SEGURA, JUAN CARLOS**, cuyo título es: "**RELACIÓN ENTRE CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA IMAGEN CORPORATIVA EN EL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE ATE VITARTE, 2018**", reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: **12** (número) **DOCE** (letras).

Lima, 03 de julio de 2018.



  
 .....  
**PRÉSIDENTE**

  
 .....  
**SECRETARIO**

  
 .....  
**VOCAL**

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

**Dedicatoria:**

Este trabajo está dedicado a la única persona que con su amor logra inspirar en mi toda motivación de superación personal y profesional MI MADRE.

## **Agradecimientos:**

### **Un agradecimiento especial:**

- A mi asesora Roció Rubio por su profesionalismo y carisma.
- Al doctor Juan Orbegoso por el asesoramiento y apoyo incondicional.

### **A los expertos en el tema:**

- Dr. Katerine Romero Jaico
- Mg. Janette Pérez Osorio
- Mg. Jorge Becerra Quinteros

### **A mis maestros y amigos:**

- Mg. Cesar Mescua Figueroa
- Dr. Henry Williams
- Lic. Edward Muñoz Ucañan
- Dr. Juvenal Lozano
- Naty Gaona
- Aldo Terrones
- Jhoao More

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo Juan Carlos Dávila Segura con DNIN° 47069758, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, 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, 14 de Mayo del 2018

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “**Relación entre clima organizacional y la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018**”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

El autor

## RESUMEN

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre clima organizacional y la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018. El tipo de investigación tiene un enfoque cuantitativo descriptivo simple con un diseño no experimental de corte transversal, por otro lado, se tuvo de población a 120 colaboradores obteniendo de la misma una muestra de 92 colaboradores, a quienes se les aplicó dos encuestas con medición en escala de Likert una por cada variable, (clima organizacional e imagen corporativa). Asimismo, el análisis estadístico reveló que existe una relación significativa entre las dimensiones con un valor  $\chi^2$  calculado de 12,254 para motivación, 23,246 para satisfacción laboral y 13,587 para liderazgo con 9,4877 de la variable imagen corporativa, comprobándose así las hipótesis específicas.

Finalmente, se pudo concluir que existe una relación significativa sobre el  $\chi^2$  calculado >  $\chi^2$  tabulado (36,854 > 9,4877) entre clima organizacional y la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018.

**Palabra clave:** Clima organizacional- imagen corporativa

## ABSTRAC

This research work aimed to determine the relationship between the organizational climate and the corporate image in the administrative staff of a private university of Ate Vitarte, 2018. The type of research has a simple descriptive quantitative approach with a non-experimental design of cross section, on the other hand, we obtained a population of 120 collaborators, to whom we applied the surveys with Likert scale measurement one for each variable, (organizational climate and corporate image). Likewise, the statistical analysis revealed that it has a significant relationship between the dimensions with a calculated  $\chi^2$  value of 12,254 for motivation, 23,246 for job satisfaction and 13,587 for leadership with 9,4877 of the corporate image variable, as well as the specific ones.

Finally, it was concluded that there is a significant relationship on the calculated  $\chi^2$  calculated  $\chi^2$  tabulated (36,854 > 9.4877) between the organizational climate and the corporate image in the administrative staff of a private university of Ate Vitarte, 2018.

Keyword: Organizational climate - corporate image

## INDICE

<b>PÁGINA DEL JURADO .....</b>	<b>II</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>III</b>
<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>	<b>IV</b>
<b>DECLARACION DE AUTENTICIDAD .....</b>	<b>V</b>
<b>PRESENTACIÓN.....</b>	<b>VI</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>VII</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VIII</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>12</b>
1.1. Realidad problemática.....	12
1.2. Trabajos previos.....	13
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	17
1.4. Marco teórico.....	18
1.5. Formulación de problema.....	26
1.6. Justificación del estudio.....	26
1.7. Objetivos.....	27
1.8. Hipótesis .....	28
<b>II. MÉTODO.....</b>	<b>29</b>
2.1. Diseño de investigación.....	29
2.2. Operacionalización de variables.....	30
2.3. Población y muestra.....	33
2.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	34
2.5. Métodos de análisis de datos.....	34
2.6. Aspectos éticos.....	35
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>40</b>
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	
<b>V. CONCLUSIONES</b>	
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	

### ANEXOS

- ✓ Instrumentos
- ✓ Validación de instrumentos
- ✓ Matriz de consistencia
- ✓ Evidencias fotográficas

<b>INDICE DE TABLAS Y GRAFICOS</b>		
<i>ENCUESTA VARIABLE : CLIMA ORGANIZACIONAL</i>		
Tabla y gráfico #1	¿En la institución se desarrollan constantes talleres y capacitaciones para los colaboradores?	P.34
Tabla y gráfico #2	¿Se reconoce o se celebra el cumpleaños del personal?	P.35
Tabla y gráfico #3	¿Se realizan actividades de integración entre todo el personal?	P.36
Tabla y gráfico #4	¿Se siente comprometido con los objetivos y metas de su área?	P.37
Tabla y gráfico #5	¿Realiza con agrado y satisfacción todas las funciones que es de su competencia?	P.38
Tabla y gráfico #6	¿Considera usted que aporta en el logro de objetivos y metas institucionales?	P.39
Tabla y gráfico #7	¿Al término de su jornada laboral, termina lo planificado sin dejar nada para el día siguiente?	P.40
Tabla y gráfico #8	¿Es notificado oportunamente por su superior, sobre una nueva disposición que debe desarrollarse durante el día?	P.41
Tabla y gráfico #9	¿En las diferentes áreas de su institución se evidencia el trabajo en equipo?	P.42
Tabla y gráfico #10	¿En las distintas tareas y actividades realizadas en su organización, los directivos y jefes forman partes del trabajo en equipo?	P.43

<b>INDICE DE TABLAS Y GRAFICOS</b>		
<i>ENCUESTA VARIABLE : IMAGEN CORPORATIVA</i>		
Tabla y gráfico #1	¿Existe comunicación entre subordinado a jefe o viceversa?	P.44
Tabla y grafico #2	¿Se realizan reuniones de coordinación para el desarrollo de tareas dentro del área desempeño?	P.45
Tabla y grafico #3	¿Se comunica oportunamente al personal un reconocimiento por su destacada labor?	P.46
Tabla y grafico #4	¿Considera la infraestructura de su campus como una de las más modernas respecto a otros locales que están a los alrededores?	P.47
Tabla y grafico #5	¿El campus está implementándose para ser una de las mejores respecto a la zona donde se encuentra ubicada?	P.48
Tabla y gráfico #6	¿Las oficinas, ambientes y otras áreas están acondicionadas para brindar un mejor servicio?	P.49
Tabla y gráfico #7	¿Considera que contar con personalidades importantes, como la Dra. Beatriz Merino refuerza la imagen corporativa de la institución?	P.50
Tabla y gráfico #8	¿Los directivos de DG,DA Y DBU, son líderes profesionales que saben guiar el buen servicio administrativo y educativo?	P.51
Tabla y gráfico #9	¿Los coordinadores (as) de las escuelas profesionales se preocupan por brindar un servicio de calidad?	P.52
Tabla y gráfico #10	¿Los jefes de las áreas administrativas desarrollan un buen soporte para las áreas académicas?	P.53

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1 Realidad problemática**

Actualmente, el buen clima organizacional aporta a que el personal se mantenga firme con la estrategia corporativa y que los equipos de trabajo sean lo suficientemente efectivos y productivos para alcanzar con éxito los objetivos trazados. Por lo tanto, cuidar y gestionarla es esencial para su sano crecimiento, proyectándose en una imagen positiva para la organización.

A nivel internacional, en Europa por ejemplo cada vez son más las empresas que han comprendido que el mercadeo empieza por lo interno, es por eso la importancia de tener colaboradores motivados y satisfechos (Picota, 2014). En algunos casos las organizaciones son víctimas de una imagen negativa por factores políticos, socioculturales, tecnológicos, etc. En ese sentido, el clima organizacional ha adquirido mucha relevancia, porque ayuda a transmitir los valores intangibles sobre los que se asienta su imagen corporativa y su negocio, ya que son sus activos más preciados. Asimismo, es importante conocer cómo se sienten los colaboradores, como trabajan, cuan comprometidos y motivados se encuentran en relación a su organización.

En el ámbito nacional las problemáticas en las organizaciones están básicamente relacionados por un deficiente clima organizacional que conlleva a situaciones de crisis y no resolverlos a tiempo se da en algunas ocasiones por la falta de conocimiento de la misma, no elegir las herramientas adecuadas o por no abordarlo profesionalmente, y como consecuencia los resultados son perjudiciales. Quiroga (2007, p.14) Comunicación, clima y cultura organizacional para la gestión del conocimiento, nos dice que “El clima propicia sitios de trabajo satisfactorios que ayudan a, entre otras cosas, las buenas relaciones y buen ambiente laboral”

Enfocándonos en el ámbito local la imagen corporativa en las organizaciones no es la adecuada por diferentes factores internos o externos en las que destacan, la inestabilidad laboral, acciones negativas por parte de las autoridades, falta de optimización de mensajes y una mala comunicación, que es el pilar fundamental de toda organización. Convirtiéndose esta en una amenaza letal a la que no se le toma la debida importancia.

Por lo tanto, el éxito organizacional depende de estas dos variables clima organizacional e imagen corporativa porque se enfocan en los colaboradores bajo una sola perspectiva. Ambas si son bien gestionadas se convertirán en una ventaja competitiva, puesto que la misma generara un beneficio mutuo para la empresa y los colaboradores, entonces se considera relevante el

estudio de la relación entre clima organizacional e imagen corporativa en el personal administrativo de una universidad privada de Ate Vitarte, 2018.

Para así maximizar de forma positiva todos los aspectos posibles, y atraer grandes beneficios a la organización, pues son los propios trabajadores un excelente canal para la construcción y buena proyección de la imagen corporativa, por el contrario, puede limitar su crecimiento y llevarla al fracaso. Por ese motivo, planteo el siguiente problema de investigación:

¿Qué relación existe entre clima organizacional y la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018?

## **1.2 Trabajos previos**

Al igual que el título desarrollado en el presente trabajo, otros autores ya han investigado estas variables obteniéndose los siguientes resultados.

### **Nacionales.**

Quispe (2014) en su tesis doctoral titulada: “Clima organizacional y percepción de la imagen institucional en el instituto de educación superior tecnológico público Juan Velasco Alvarado” Tuvo como objetivo general determinar de qué manera el clima organizacional impacta en la percepción de la imagen institucional de la institución educativa en el que se ha desarrollado esta investigación. Además, se establece el uso de la técnica estadística del coeficiente de correlación de Pearson, obteniendo el valor de 0.809 con lo que se evidencia que el clima organizacional impacta significativamente en la percepción de la imagen institucional.

Asimismo, los valores de correlación entre la variable “clima organizacional” y las dimensiones de la variable “percepción de la imagen institucional” “Gestión”, “Nivel académico” y “Servicios” han sido 0.801, 0.790 y 0.821 respectivamente; Es de notar que, para todos los casos las correlaciones son significativas, con lo que se logra comprobar afirmativamente la hipótesis general y cada una de las hipótesis específicas. Como resultado los alumnos, profesores y personal administrativo del instituto de educación superior tecnológico público “Juan Velasco Alvarado” encuestados por aleatorio simple, están conformes con el clima organizacional es por ello que la imagen institucional que se proyecta de manera interna y externa es positiva.

Castro (2016) en su tesis: “La imagen corporativa y la satisfacción laboral. Tuvo como objetivo establecer la relación entre la imagen corporativa y la satisfacción laboral en un grupo de trabajadores de Lima Metropolitana. Para fines de la misma se utilizó un diseño descriptivo correlacional y se evaluó un total de 150 colaboradores de ambos sexos. Se utilizó la “Escala Imagen Marca Corporativa” (EIC) y el “Cuestionario de Satisfacción Laboral S21/26”. Se estudió la validez mediante análisis factorial exploratorio con rotación Varimax para ambos cuestionarios. Asimismo, la confiabilidad se evaluó a partir de la consistencia interna. Se concluyó que ambos instrumentos cuentan con validez y confiabilidad. Los resultados obtenidos mostraron que la imagen corporativa correlacionó de manera positiva y significativa con la satisfacción laboral. Por su parte, las cuatro dimensiones de imagen corporativa (afabilidad, capacidad, iniciativa, chic) correlacionaron positivamente con las tres dimensiones de satisfacción laboral (funciones que desempeña, recursos materiales, y condiciones externas), observándose que la dimensión chic se asocia de menor magnitud a las cinco dimensiones de satisfacción. Finalmente, en el análisis de regresión múltiple jerárquico se observó que la dimensión de afabilidad predice a tres dimensiones de la satisfacción laboral, y las dimensiones chic y capacidad solo a uno de los componentes de la variable, siendo la dimensión iniciativa la que no predice ninguna de las cinco dimensiones de satisfacción laboral.

Garza (2013) en su tesis de maestría: “El clima organizacional en la dirección general de ejecución de sanciones de la secretaria de seguridad pública en Tamaulipas” establece analizar el clima organizacional, además propone recomendaciones para la mejora de esta variable en beneficio de los trabajadores y la organización en general. Asimismo, para llevar a cabo este objetivo fue necesario seguir una metodología de investigación, donde se aplicaron cuestionarios al personal, cuyos resultados obtenidos permitieron analizar las características del ambiente de trabajo existente en la unidad de análisis. Cabe resaltar que el autor empleo la investigación cuantitativa con diseño no experimental transversal descriptiva.

Finalmente concluyo que el buen clima organizacional adquiere gran importancia porque busca la mejora continua del ambiente de su organización para así lograr un aumento en la productividad, sin perder de vista el recurso humano; el ambiente y por supuesto el trato que un jefe debe brindar a su personal.

## **Internacionales.**

López (2010) en su tesis de maestría “Diagnóstico de la imagen corporativa como factor de cambio en el proceso de desarrollo organizacional” caso: Facultad de Ciencias de la Comunicación de la universidad Autónoma de Nuevo León, estableció como objetivo general realizar un diagnóstico de la percepción de la imagen corporativa dicha facultad. Respecto a la estrategia metodológica se indica que es un estudio no experimental, el diseño es transeccional o transversal porque se realizaron las observaciones en un momento único en el tiempo, su propósito es describir variables y analizar su incidencia. La siguiente etapa consistió en diseñar instrumentos de recolección de datos pertinentes sobre las categorías de análisis involucradas en la investigación, redactando un cuestionario con ítems claros y concisos en una extensión de 47 preguntas. Su aplicación se realizó a los 596 seleccionados de la muestra y se utilizó el modelo de la escala de Likert de cinco frecuencias de respuestas cerradas. Luego se concluyó una tendencia positiva en términos generales, pero con una marcada deficiencia en el conocimiento específico del ideario de la institución.

Chacón (2015) en su tesis de licenciatura: “Análisis del clima organizacional de la empresa representaciones CEM, ubicada en Chiquimula”. Tuvo como objetivo principal determinar el Clima Organizacional que se manifiesta entre los trabajadores de la Empresa Representaciones CEM; con un total de 83 sujetos de estudio, los cuales estaban conformados por 14 jefes y 69 colaboradores. Con la utilización de un cuestionario estructurado de 30 preguntas de selección múltiple, dirigido a los jefes y otro cuestionario de 16 preguntas, dirigido a los colaboradores.

Concluye que, el liderazgo que prevalece dentro de la empresa es autocrático y a niveles operativos es el democrático, poseen buenas relaciones interpersonales y las grandes decisiones son tomadas por los niveles superiores, por lo cual recomendó la realización de capacitaciones periódicas, así como la creación de un programa de motivación para los empleados por medio de convivencias y la generación de canales alternativos de comunicación en toda la organización.

Vargas (2013) en su tesis de maestría “Clima organizacional en la municipalidad de Estanzuela, Zacpa” fijó como objetivo principal conocer los factores del clima organizacional que influyen en la percepción de los empleados de la Municipalidad de Estanzuela, departamento de Zacpa, en la cual se tomaron como sujetos de estudio al Alcalde Municipal y al personal administrativo de la misma, con un total de 34 personas.

El instrumento utilizado fue una entrevista al alcalde con un total de 16 preguntas con respuestas cerradas, simples y múltiples; un cuestionario dirigido a los coordinadores y colaboradores con un total de 50 preguntas a escala. Finalmente, llegó a la conclusión que la institución mantiene un clima organizacional agradable, ya que los indicadores favorecen efectivamente, por lo que se recomendó seguir con las acciones que contribuyan al mejoramiento de la organización como la realización de actividades recreativas y culturales para fomentar la participación convivencia entre empleados, además promover y alentar a los colaboradores a dar nuevas propuestas.

### **1.3 Teorías relacionadas al tema**

Las bases teóricas cumplen la función de soporte y presenta una información el cual se sustenta dicha investigación. En este sentido, Arias, (1999), sostiene que: “Las bases teóricas comprenden un conjunto de conceptos y proporciones que constituyen un punto de vista o perspectivas determinadas dirigidos a explicar el enfoque o problema planteado”

Se consideró conveniente realizar esta investigación desde el enfoque de los sistemas porque se le toma en cuenta como una herramienta que apoya a las organizaciones a adecuarse a los cambios que se presentan y que por ende impactan positiva o negativamente al interior del sistema organizacional. Ludwig Von Bertalanffy (1928), quien, a partir de la presentación de la teoría de los sistemas marco el nacimiento de este concepto definiéndolo como “un conjunto de elementos que interactúan entre ellos”. De modo que los empleados desarrollen una cultura positiva en el sitio de trabajo. En este modelo se trata de comunicar a cada trabajador lo siguiente: “Usted es parte importante de todo nuestro sistema, nos preocupamos sinceramente por usted queremos unirnos para alcanzar un mejor producto o servicio” en respuesta muchos empleados adoptan la meta de eficacia organizacional y reconocen la obligaciones mutuas entre compañía y empleado desde el punto de vistas de sistemas, como resultado otorga a los empleados la oportunidad de satisfacer estas necesidades mediante su trabajo, así como entender las perspectivas de la organización.

Partiendo de las definiciones hechas y teniendo como trasfondo global la teoría general de sistemas, Grunig y Hunt (2003) definen al público como un sistema estructurado cuyos miembros detectan el mismo problema, interactúan cara a cara o a través de canales y se comportan como si fueran un solo organismo. Estos autores, señalan que todo depende de lo que la organización hace, y como las personas, así como las entidades del entorno, reaccionan ante la conducta de la organización. Los públicos se establecerían, así, a partir de las consecuencias de la acción de la organización sobre las personas o de las personas sobre la

organización. Surge, entonces, un vínculo, una relación y una conducta recíproca entre individuos y organización, en base a dichas consecuencias. Las personas al influir sobre la organización o ser influidas por ella, pasan a constituirse en público de la misma.

## **1.4 Marco teórico**

### **1.4.1 Definición de Clima Organizacional**

Toda organización tiene que ser un ambiente donde encontramos personas satisfechas y motivadas para poder alcanzar los objetivos de la empresa, es por ello que el ambiente laboral en el que se desenvuelven suele determinarse por el tipo de liderazgo, o quizás también por la motivación de los mismos, cambios o inestabilidad laboral, entre otros.

Para efectos del presente estudio se consideró a Edel, García & Casiano (2007) quienes definen: “... El clima organizacional es la percepción de un grupo de personas que forman parte de una organización y establecen diversas interacciones en un contexto laboral”. (p.33).

Por lo tanto, clima organizacional es entendido como las percepciones que tiene cada uno de los colaboradores que forman parte de una empresa respecto a la labor que realizan, el ambiente físico, relaciones interpersonales, reconocimientos y beneficios. En consideración es así como el clima organizacional se considera base para la producción y el cumplimiento de objetivos que tiene toda empresa, para lograr la satisfacción de todo empleado y así pueda prosperar la organización.

Por otro lado, Chiavenato (2009) menciona:

Clima organizacional se refiere de manera específica, a las propiedades motivacionales del ambiente organizacional, es decir, a los aspectos de la organización que llevan a la estimulación o provocación de diferentes tipos de motivaciones en sus integrantes. Así el clima organizacional es favorable cuando se satisface las necesidades personales de los integrantes y eleva la moral. Es desfavorable cuando frustra esas necesidades. (p. 112)

Entonces consideramos que las personas que constituyen la organización están influidas tanto por las características de la organización, así como también, por sus propias características

personales, que les influyen en las percepciones y tiene cerca de su entorno, teniendo como eje principal la motivación adquirida.

Para Robbins (2004), “el clima organizacional se origina en una gran variedad de factores, unos abarcan los factores de liderazgo y prácticas de dirección... otros factores están relacionados con el sistema formal y la estructura de la organización” (p.657).

Sin embargo, como refieren y coinciden los autores la investigación del clima organizacional no permite conocer cuál es la percepción que tienen los miembros acerca de sus distintas características. En síntesis, es importante recordar que la percepción de cada trabajador es distinta y esta determina su comportamiento en la organización por lo que varía de una organización a otra.

Brunet (2011) señala la importancia del clima organizacional desde la perspectiva global:

“El clima refleja los valores, las actitudes y las creencias de los miembros, quienes debido a su naturaleza se transforman en elementos del clima, proporciona retroalimentación de los procesos que determinan los comportamientos, permitiendo introducir cambios planificados en las actitudes y conductas de los miembros” (p.20)

La importancia se centra en la posibilidad de analizar y diagnosticar el clima debido a tres razones:

- Seguir el desarrollo de su organización y prever los problemas que puedan surgir.
- Evaluar las fuentes de conflicto, de estrés o de insatisfacción que contribuyen al desarrollo de actitudes negativas frente a la organización.
- Iniciar y sostener un cambio que indique al administrador los elementos específicos sobre los cuales debe dirigir sus intervenciones.

## **Motivación**

El término motivar proviene de la misma raíz etimológica que el verbo mover. Motivarse es mucho más que darle un discurso a la persona o al grupo de ellas para indicarles que deben tener una actitud diferente ante cualquier circunstancia.

Edel, García & Casiano (2007) señalan:

“... son los impulsos internos o las fuerzas ambientales alrededor, que estimulan a los individuos a comportarse de una forma específica. Motivarse es generar el desplazamiento de una actitud hacia otra o de un comportamiento a otro distinto” (p.34)

Si bien la motivación de las personas es un fenómeno que proviene del propio individuo, esto no significa que en una organización deba prevalecer la indiferencia hacia este aspecto de sus miembros.

Por otro lado, Newstrom (2007) sostiene:

“Es el conjunto de fuerzas internas y externas que hacen que un empleado elija un curso de acción y se conduzca de ciertas maneras, desde un punto de vista ideal estas conductas se dirigirán al logro de una meta organizacional...”.

Chiavenato (2009) refiere que:

Es el impulso que lleva a la persona actuar de determinada manera o, por lo menos origina un comportamiento específico. Este impulso a la acción puede ser provocado por un estímulo externo, que proviene del ambiente, o generado internamente por procesos mentales del individuo.

Robbins (2004) define la motivación como:

“Una serie de procesos que dan cuenta de la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo por conseguir una meta” (p.155).

Para este autor la motivación se presenta como una serie de conductas específicas que van desde la necesidad hasta la conducta satisfactoria que es lograda por la cantidad, orientación y la continuidad del esfuerzo hacia la meta u objetivo.

## **Satisfacción laboral**

El hecho de que un colaborador pueda desarrollarse como persona a través del propio trabajo y encontrarse satisfecho con la ocupación que desempeña viene siendo objeto de preocupación no sólo de los estudiosos del comportamiento, sino de los propios dirigentes de las distintas organizaciones.

Edel, García & Casiano (2007) refieren: "... la valoración que la persona realiza del conjunto de características que describen los estímulos que configuran su contexto de trabajo..." (p.45). Podemos decir entonces que es el reflejo de lo que la organización causa en el trabajador y como efecto se ve reflejado en el grado de satisfacción frente a distintos factores.

Por su parte Robbins (2004) indica: "es el sentimiento positivo respecto del trabajo propio, que resulta de una evaluación de las características" (p.31)

Davis y Newstrom (2003) respecto a satisfacción laboral sostienen que: "...es el conjunto de sentimientos favorables o desfavorables con los que el empleado perciben su trabajo y estos se manifiestan en determinadas actitudes laborales". (p. 203).

La satisfacción organizacional por lo tanto puede definirse como la actitud de un trabajador frente a su trabajo, una necesidad que puede ser satisfecha o no, todo esto basado en creencias y valores que el colaborador tiene preconcebidos ya su vez forja en la organización.

Para Villagrán (2007) menciona que: "Existe algunos factores que pueden explicar la satisfacción o insatisfacción en el trabajo y que generalmente son externos al empleado, tales como salario, incentivos, infraestructura y ambiente de trabajo..." (p.181).

Interpretando lo mencionado por estos autores, podemos decir que esta guarda concordancia con las actitudes del empleado con respecto al entorno y que estas lo predisponen a actuar de una determinada manera.

Por estas razones, las organizaciones en la actualidad deben conocer directamente las necesidades que experimentan los trabajadores y crear las vías necesarias para así poder alcanzar la satisfacción laboral

## **Liderazgo**

En su libro “Clima y comportamiento organizacional influencia en la gestión empresarial” Edel, García & Casiano (2007) sostienen que:

“... es el arte o proceso de influir en las personas para que se esfuercen con buena disposición y entusiastamente hacia la consecución de metas grupales”.

Por su parte para Franklin y Krieger (2011) mencionan:

Es la capacidad de influir en las actividades de la persona, grupo o equipo que forma parte de una empresa y está orientado a alcanzar objetivos y metas en cierta situación. Liderar implica influir, orientar, marcar el rumbo, convencer, contener, comprender, motivar, capacitar, dar el ejemplo, innovar tener una visión de éxito. El líder se enfoca en las personas y equipos, inicia y origina procesos; se interesa por desentrañar el porqué de las cosas. Es capaz de asumir riesgos, busca superar la cotidianidad, piensa de manera estratégica, su visión es de mediano y largo plazo. (p.294)

Por lo tanto, es una gran cualidad que poseen ciertas personas, siendo capaces de influir y dirigir una organización para el logro de objetivos y metas propuestas. Lo que sí es evidente es que, para ejercer cualquier liderazgo, es necesario saber comunicarse de manera efectiva.

Castro (2007) nos dice que: “Normalmente los líderes funcionan por pura intuición, esto significa en la mayoría de los casos, que no hay una estructura para desarrollar la tarea de líder... pues es necesario movilizar un mensaje y distribuirlo a través de determinados canales, esto exige una gestión especializada propia de la comunicación corporativa”

### **1.4.2 Definición de Imagen corporativa**

Es muy habitual utilizar en las empresas los términos “identidad corporativa” e “imagen corporativa” de forma equivalente y por lo tanto tienden a confundirse en el entorno profesional. Sin embargo, las diferencias, aunque sean sutiles existen.

Pintado & Sánchez (2013) señalan: “...la imagen corporativa se relaciona con lo que los públicos perciben y pasa a formar parte de su pensamiento...”. (p.20).

De los mismos autores se consideró el siguiente concepto: "... es una evocación o representación mental que conforma cada individuo, formada por un cúmulo de atributos referentes a la compañía; cada uno de esos atributos puede variar, y puede coincidir o no con la combinación de atributos ideal de dicho individuo" (p.18)

La presente investigación abordará el concepto de imagen corporativa, por lo tanto, es importante conocer algunos conceptos sobre el tema, con el apoyo de distintos autores quienes mantienen un mismo enfoque en lo que respecta a la imagen corporativa, de las cuales también nos hablan de las dimensiones consideradas para este trabajo

Para Capriotti (1999) en su libro planificación estratégica de la imagen corporativa sostiene: "La imagen corporativa es la integración en la mente de sus públicos de todos los inputs emitidos por una empresa en su relación ordinaria con ellos, la imagen se construye en la mente de sus públicos..." (p30)

La imagen a diferencia de otras funciones comunicativas, es una función global y tiene la capacidad de proyectar una imagen igualmente global de la empresa.

Los atributos que construyen la imagen corporativa, lo que hemos denominado imagen intencional, deben ser revisados permanentemente y adaptados a cualquier cambio estratégico que se produzca en la empresa.

Además, en su libro Branding corporativo Capriotti (2009) nos dice:

La imagen corporativa de una organización sería una estructura mental cognitiva, que se forma por medio de las sucesivas experiencias directas o indirectas. Estaría conformada por un conjunto que la identificarían como sujeto social y comercial, y las distinguirían de las demás entidades. Es decir, las personas describimos a las organizaciones por medio de un conjunto de atributos o características (p.106)

Por lo tanto, interpretando lo dicho por el autor se configura en la mente de los públicos, como resultado de un proceso acumulativo compuesta por una diversidad de informaciones.

Para Costa (2009) señala que:

La imagen corporativa se encuentra en la memoria latente de los individuos, así como en el imaginario colectivo. La imagen de la organización son el resultado de diversas causas: Percepciones, inducciones y deducciones, proyecciones, sensaciones, experiencias, emociones y vivencias de los individuos que directa o indirectamente, se asocian con la empresa (p.48)

Entonces para efectos de esta tesis podemos decir que la imagen corporativa es el conjunto de significados que una persona asocia a una organización, es decir, las ideas utilizadas para describir o recordar dicha organización.

Por otro lado, Van Riel (1997) en su libro *Comunicación Corporativa* no habla de la importancia de la imagen positiva: "... es el requisito previo esencial para establecer una relación comercial con el público objetivo. Es la mejor forma de introducir el conjunto que se evoca. Para el sujeto la imagen constituye la forma de resumir la verdad sobre el objeto en términos de un conjunto de simplificaciones (bueno-malo, útil-inútil)" (p.80).

Entonces una imagen firme crea un valor emocional añadido para una empresa, y asegura que este un paso por delante de sus competidores, además Van Riel nos dice que: "Una buena imagen ayuda a atraer a la gente necesaria para su éxito; analistas, inversores, clientes, socios y empleados" (p.81). Es por eso que se puede decir que la imagen es una representación de la mente, afecta a las actitudes las cuales, a su vez, afectan al comportamiento. Ninguna empresa puede permitirse ignorar la imagen, la impresión que crea consciente o inconscientemente, lo quiera o no afecta inevitablemente a sus públicos.

## **Comunicación**

La comunicación es un elemento fundamental para formar la imagen de una empresa. Por lo tanto, optimizarla es vital para el buen desarrollo global de la organización.

Pintado & Sánchez (2013) sostienen:

Hay que cuidar absolutamente todo tipo de comunicación, desde las acciones internas dirigidas a los accionistas y empleados de la compañía, hasta cualquier campaña exterior para el público, aunque sea minoritario.

Por lo tanto, hay que vigilar la comunicación a través de Internet la propia web, las acciones que se realicen en otros sites, las promociones, eventos, ferias, patrocinios. Cualquier momento y lugar son buenos para dejar clara la imagen de la empresa, y que no haya ningún tipo de fisura en su comprensión. (p.31)

Para Benito Castro (2007) en su libro El auge de la comunicación corporativa desarrolla una serie de ideas y propuestas basándose en tres ejes: la persona, la organización y las nuevas tecnologías. “En cuanto a la persona, resulta evidente decir que es el pilar fundamental del proceso que estudia la comunicación en relación a las empresas, las instituciones u otro tipo de organizaciones” (p.9).

Por lo tanto, se debe ofrecer siempre una imagen coherente y armónica con los públicos, con una comunicación clara, basada en los valores corporativos. Como refiere Pintado y Sánchez (2013) “las empresas utilizan como apoyo los slogans y en ocasiones los lemas corporativos, estos se utilizan como declaración de intenciones para el público con el objetivo que haya una identificación directa con la empresa” (p.9).

### **Infraestructura o entornos**

La tienda Apple Store en Nueva York, es un cubo de vidrio situado en la quinta avenida, que además de estar bien situado y ser muy impactante, afecta positivamente a la imagen de la compañía.

Pintado& Sánchez (2013) indica:

Los edificios corporativos son fundamentales desde el punto de vista de la imagen, ya que su aspecto puede asociarse con la tradición, modernidad, o a una empresa de prestigio. En este caso también tiene importancia la situación o zona donde estén ubicados (p.23).

Es por eso que de alguna u otra forma puede llegar a ser un gran punto de atracción para el público objetivo de la organización persuadiéndolos visualmente así no tengan la intención directa de conocerlo, el simple hecho de verlos por fuera será suficiente.

Para Chávez en su libro Imagen corporativa (2006) señala que: “La arquitectura, diseño, terminaciones exteriores, instalaciones y equipamiento interior y exterior, accesorios etc. Son elementos cuya capacidad identificadora es de naturaleza predominantemente no verbal y connotativa y que, además, en su mayoría cumplen acciones extra semióticas...” (p.156).

Es por eso que las acciones de acondicionamiento, equipamiento del entorno, suelen evidenciar el interés por su instrumentación como canal de los mensajes.

## **Personalidades**

Se tiene en cuenta esta dimensión por lo que la universidad en estudio cuenta con distintas autoridades reconocidas y de trayectoria las cuales representan de forma directa a la empresa.

En su libro Imagen Corporativa influencia en la gestión empresarial

Pintado& Sánchez (2013) mencionan:

Existe una amplia variedad de personas asociadas a las empresas, que pueden influir en que la imagen percibida pueda ser positiva o negativa. En primer lugar, se debe hacer referencia a los empleados de la compañía.... Además, hay que hacer mención a los directivos o fundadores, ya que dependiendo de su fuerza en la institución y de su aparición en los medios de comunicación, pueden potenciar un mayor conocimiento y notoriedad de la enseña... (p.27).

Benito Castro (2007) indica: “llevan una tarea muy importante, por lo que no es nada agradable descuidar o considerar esta cuestión como una tarea menor pues requiere conocimientos innatos, dominando conceptos teóricos y manejando determinadas técnicas” (p, 104).

Entonces la asociación de estos personajes u autoridades con las organizaciones puede resultar ser un plus adicional, puesto que sus declaraciones o simple presencia pueden llegar a tener gran relevancia para modificar las percepciones del público objetivo.

## **1.5 Formulación del problema**

### **Problema General**

- ¿Qué relación existe entre Clima Organizacional y la imagen Corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018?

### **Problemas específicos**

- ¿Qué relación existe entre motivación y la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018?

- ¿Qué relación existe entre satisfacción laboral y la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018?

- ¿Qué relación existe entre liderazgo y la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018?

## **1.6 Justificación del estudio**

Al investigar sobre el tema se ha identificado que este es importante y determinante realizarla ya que todos estamos inmersos o vinculados con algún tipo de organización, directa o indirectamente en nuestra sociedad. Teniendo en cuenta los criterios de justificación según Hernández, Fernández y Baptista (2014) consideramos los siguientes aspectos:

### **Conveniencia.**

Llegar a conocer cómo se refleja el clima organizacional e imagen corporativa de la organización. Es conveniente porque los resultados serán entregados a la empresa, permitiendo proponer alternativas que generen el buen clima en el personal administrativo, al mismo tiempo que se gestione la relevancia de la imagen corporativa.

### **Implicancia practica**

La presente investigación pretende brindar un aporte a todas las organizaciones ya sea públicas o privadas en base a los resultados presentados. Así mismo, estos estudios servirán como guía para el impulso de nuevas estrategias y promover una mejora en la percepción de la imagen

corporativa. Por lo tanto, las empresas entenderán la importancia de cuidar y gestionar de sus intangibles tan preciados.

### **Valor teórico.**

El presente trabajo de investigación permitirá sistematizar la información recopilada sobre el clima organizacional e imagen corporativa, debido a los posibles problemas o dificultades que en ella se encuentren. Así mismo, de las conclusiones a las que se presenten, servirá como referente bibliográfico para ampliar nuevos conocimientos en otras investigaciones.

## **1.6 Objetivos**

### **Objetivo General**

-Determinar la relación que existe entre Clima organizacional y la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018.

### **Objetivos específicos**

-Describir la relación entre motivación y la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018.

-Describir la relación entre satisfacción laboral y la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018.

-Describir la relación entre liderazgo y la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018.

## **1.8 Hipótesis**

### **Hipótesis general**

-H1 El clima organizacional tiene una relación significativa con la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate vitarte, 2018.

-H0 El clima organizacional no tiene una relación significativa con la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate vitarte, 2018.

## Hipótesis específicas

-H2 La motivación tiene una relación significativa con la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018.

-H3 La satisfacción laboral tiene una relación significativa con la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018.

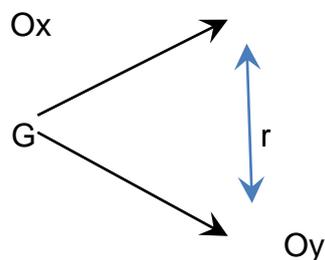
-H4 El liderazgo tiene una relación significativa con la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018.

## II. MÉTODO

### 2.1. Diseño de investigación.

El diseño de la presente investigación será no experimental de corte transversal. Hernández, Fernández y Baptista (2010) sostuvieron: “Es no experimental, porque el investigador no puede manipular las variables, sino que observan situaciones ya existentes en la realidad” (p. 106).

El esquema del diseño no experimental, descriptivo - correlacional empleado en la presente investigación fue el siguiente:



*Figura 1.* Diseño de Investigación

Dónde:

Ox= Clima Organizacional

Oy= Imagen Corporativa

r = Coeficiente de Correlación

G= 92 colaboradores administrativos de la sede Ate de la Universidad César Vallejo

### Enfoque de investigación

El enfoque establecido es cuantitativo, toda vez que se utilizó instrumentos para la recolección de datos, empleando la escala de Likert para cada uno de los ítems que a través de los datos numéricos obtenidos se pudo interpretar los resultados.

### **Nivel de Investigación.**

La presente investigación según su nivel es básica. Carrasco (2005) indicó: “La investigación de tipo básica tiene como finalidad ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad” (p. 26).

### **2.2 Operacionalización de variables.**

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	NIVEL
CLIMA ORGANIZACIONAL	El clima organizacional es la percepción de un grupo de personas que forman parte de una organización y establecen diversas interacciones en un contexto laboral  (Edel,Garcia&Casiano.2007,p.33)	Motivación	Estrategias de motivación	En la institución se desarrollan constantes talleres y capacitaciones para los colaboradores	A) Siempre B) Casi siempre C)A veces D)Pocas veces E) Nunca	Bajo (5 - 10) Medio (11 - 15) Alto (16 - 20)
			Integración	Se reconoce o se celebra el cumpleaños del personal		
				Se realizan actividades de integración entre todo el personal del campus		
		Satisfacción laboral	Nivel de compromiso	Se siente comprometido con los objetivos y metas de su área	A) Siempre B) Casi siempre C)A veces D)Pocas veces E) Nunca	Bajo (13 - 26) Medio (27 - 39) Alto (40 - 52)
			Grado de satisfacción	Realiza con agrado y satisfacción todas las funciones que es de su competencia		
			Resultados	Se siente que aporta en el logro de objetivos y metas institucionales		
				Al término de su jornada laboral, termina lo planificado sin dejar nada para el día siguiente		
		Liderazgo	Comunicación asertiva	Es notificado oportunamente por su superior, sobre una nueva disposición que debe desarrollarse durante el día	A) Siempre B) Casi siempre C)A veces D)Pocas veces E) Nunca	Bajo (12 - 24) Medio (25 - 36) Alto (37 - 48)
			Trabajo en equipo	En las diferentes áreas de su institución se evidencia el trabajo en equipo		
			Empatía	En las distintas tareas y actividades realizadas en su organización, los directivos y jefes forman parte del trabajo en equipo		

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	NIVEL
<b>IMAGEN CORPORATIVA</b>	Evocación o representación mental que conforma cada individuo, formada por un cumulo de atributos referentes a la compañía; cada uno de esos atributos puede variar, y puede coincidir o no con la de dicho individuo.  Pintado & Sánchez (2013.p.18)	Comunicación	Comunicación transversal	Existe comunicación entre subordinado a jefe o viceversa	A) Siempre B) Casi siempre C)A veces D) Pocas veces E) Nunca	Bajo (5 - 10) Medio (11 - 15) Alto (16 - 20)
			Reuniones de Coordinación	Se realizan reuniones de coordinación para el desarrollo de tareas dentro del área de desempeño		
			Reconocimientos	Se comunica oportunamente al personal un reconocimiento por su destacada labor		
		Infraestructura	Edificaciones y entornos	Considera la infraestructura de su campus como una de las más modernas respecto a otros locales que están a los alrededores	A) Siempre B) Casi siempre C)A veces D) Pocas veces E) Nunca	Bajo (13 - 26) Medio (27 - 39) Alto (40 - 52)
			Locación	El campus está implementándose para ser una de las mejores respecto a la zona donde se encuentra ubicada.		
			Oficinas y ambientes	Las oficina, ambientes y otras áreas están acondicionadas para brindar el mejor servicio		
		Personalidades	Autoridades consorcio	Considera que contar con personalidades importantes, como la Dra. Beatriz Merino Lucero, presidenta ejecutiva, refuerza la imagen corporativa de la institución	A) Siempre B) Casi siempre C)A veces D) Pocas veces E) Nunca	Bajo (12 - 24) Medio (25 - 36) Alto (37- 48)
			Directivos campus Ate.	Los directivos de DG,DA Y DBU, son líderes profesionales que saben guiar el buen servicio administrativo y educativo del campus		
				Los coordinadores (as) de las escuelas profesionales se preocupan por brindar un servicio de calidad		
		Jefes de áreas administrativas	Los jefes de las áreas administrativas desarrollan un buen soporte para las áreas academicas			

## 2.3 Población, muestra y muestreo

### Población-muestra.

En la presente investigación se trabajará con el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte. En donde la unidad de análisis fue de 120 colaboradores administrativos. Vera (2008) indicó: “La población es el conjunto de todos los individuos (objetos, eventos, situaciones, etc.) en los que se desea investigar algunas propiedades” (p. 238).

*Distribución de la población del personal administrativo.*

Administrativos			
Direcciones DG – DA-DBU	Escuelas Profesionales	Áreas Administrativas	Total
15	40	65	120

### Muestreo.

El muestreo de la presente investigación es no probabilístico, contando con una muestra de 92 colaboradores de la organización. Resultado obtenido a través de la fórmula de muestreo aleatorio simple (**Hernández, 2006, p. 210**)

$$n = \frac{pq}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{pq}{N}}$$

n = Tamaño de la Muestra

Z = Limite de confianza para generalizar resultados

pq = Campo de variabilidad (p = aciertos y q = errores)

E = Margen de error

N = Tamaño de la población

Para el cálculo de la muestra se consideró los siguientes datos:

Población	120
Nivel de confianza	95%
Margen de error	05%
Muestra	92

## 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

- **Técnica:** La técnica de recolección de datos es la encuesta.
- **Instrumentos:** Cuestionario de autoría propia conformada con 20 ítems, 10 para cada variable de estudio.

Méndez (2007) indicó:

Esta técnica se realiza por medio de formularios, los cuales tienen aplicación a aquellos problemas que se pueden investigar por métodos de observación, análisis de fuentes documentales y demás sistemas de conocimiento. La encuesta permite el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los individuos en relación con su objetivo de investigación. Cabe mencionar, que además trae consigo el peligro de la subjetividad y, por tanto, la presunción de hechos y situaciones por quien responda; por tal razón, se debe tener en cuenta tal situación. (p. 252)

### 2.4.1 Validez

Se sometió el instrumento a juicio de 3 expertos externos, docentes y especialistas en el tema. “Este atributo de los instrumentos de investigación consiste en que éstos miden con objetividad, precisión, veracidad y autenticidad aquello que se desea medir de la variable o variables en estudio” (Carrasco, 2005, p.336).

### 2.4.2 Confiabilidad

“La confiabilidad es la cualidad o propiedad de un instrumento de medición, que le permite obtener los mismos resultados, al aplicarse una o más veces a la misma persona o grupos de personas en diferentes periodos de tiempo” (Carrasco, 2005, p. 339).

La confiabilidad del instrumento se realizó con el método de Alfa de Cronbach, se ingresó los datos recolectados al programa estadístico SPSS21, mediante las encuestas realizadas a los 92 colaboradores administrativos de una universidad privada de Ate Vitarte, con un total de 20 preguntas.

## **2.5 Método de análisis de datos**

- Para la tabulación de los datos estadísticos se usó el programa SPSS21
- Se utilizó la prueba Chi cuadrado para establecer si existe relación entre las variables de estudio.

## **2.6 Aspectos éticos**

De acuerdo con los principios establecidos en el compendio de normativa ética del 2011, esta investigación se considera no riesgosa y se desarrolló bajo los siguientes criterios:

- Respeto pleno de la dignidad humana, derechos humanos y libertades fundamentales.
- La investigación se llevó a cabo previo consentimiento de los participantes y con los permisos autorizados.
- Respeto a la privacidad y confidencialidad de la información.
- Se aplicó los protocolos establecidos por las normas APA para la correcta ejecución tanto en estructura, citas y referencias requeridas por la casa de estudios.



### III RESULTADOS

#### 3.1 Descripción e interpretación de los resultados

Los resultados de esta investigación se presentarán por variable de la siguiente manera.

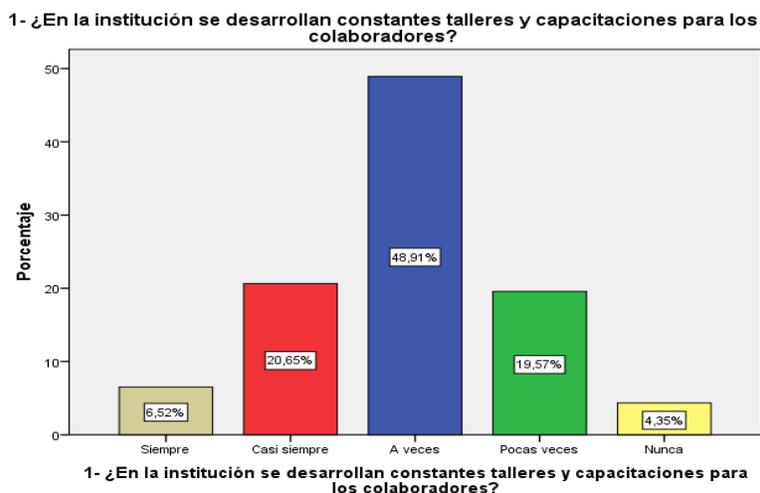
#### VARIABLE CLIMA ORGANIZACIONAL

Dimensiones: **Motivación – Satisfacción laboral - Liderazgo**

**FIGURA N°1- ¿En la institución se desarrollan constantes talleres y capacitaciones para los colaboradores?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	6	6,5	6,5	6,5
	Casi siempre	19	20,7	20,7	27,2
	A veces	45	48,9	48,9	76,1
	Pocas veces	18	19,6	19,6	95,7
	Nunca	4	4,3	4,3	100,0
Total		92	100,0	100,0	

**Gráfico #1**

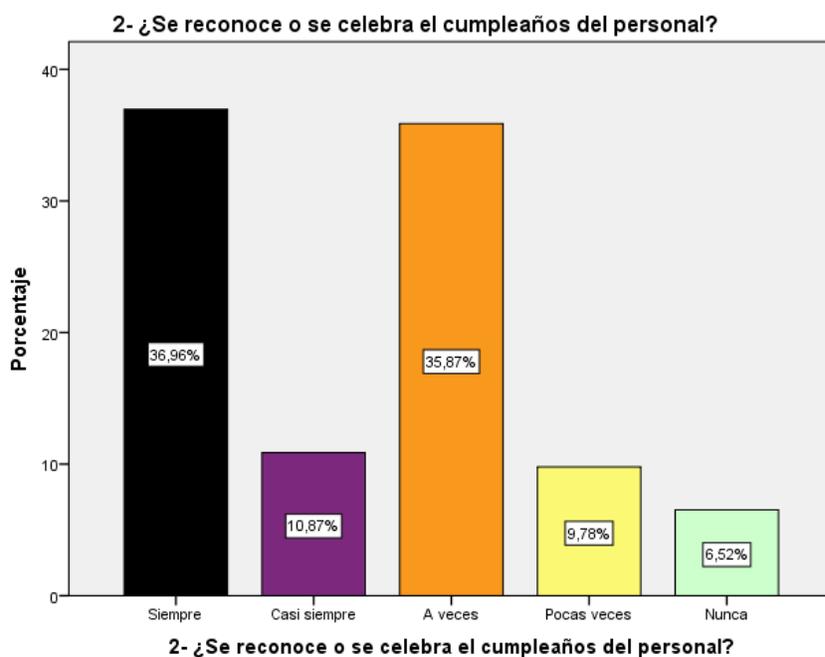


En el gráfico se observa que el 48,91% considera que a veces se desarrollan constantes capacitaciones para los colaboradores en la institución. No obstante, el 4,35% refiere que nunca se desarrollan talleres y capacitaciones para los colaboradores. Por lo tanto, es importante desarrollar estas actividades para incrementar el clima organizacional en la empresa.

**FIGURA N°2- ¿Se reconoce o se celebra el cumpleaños del personal?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	34	37,0	37,0	37,0
	Casi siempre	10	10,9	10,9	47,8
	A veces	33	35,9	35,9	83,7
	Pocas veces	9	9,8	9,8	93,5
	Nunca	6	6,5	6,5	100,0
Total		92	100,0	100,0	

**Gráfico #2**



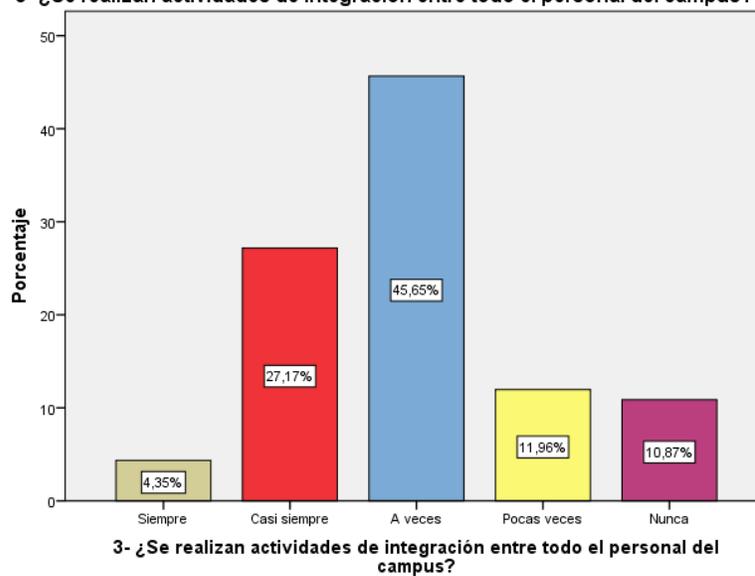
- Según el grafico se puede observar que el 36,96% manifiesta que siempre se reconoce o celebra el cumpleaños del personal. Sin embargo, el 6,52% refiere que nunca se reconoce o celebra el cumpleaños del personal. Por lo tanto, se debe seguir celebrando los cumpleaños del personal administrativo para fomentar el buen clima en la organización.

**FIGURA N°3- ¿Se realizan actividades de integración entre todo el personal del campus?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	4	4,3	4,3	4,3
	Casi siempre	25	27,2	27,2	31,5
	A veces	42	45,7	45,7	77,2
	Pocas veces	11	12,0	12,0	89,1
	Nunca	10	10,9	10,9	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

**Gráfico #3**

**3- ¿Se realizan actividades de integración entre todo el personal del campus?**

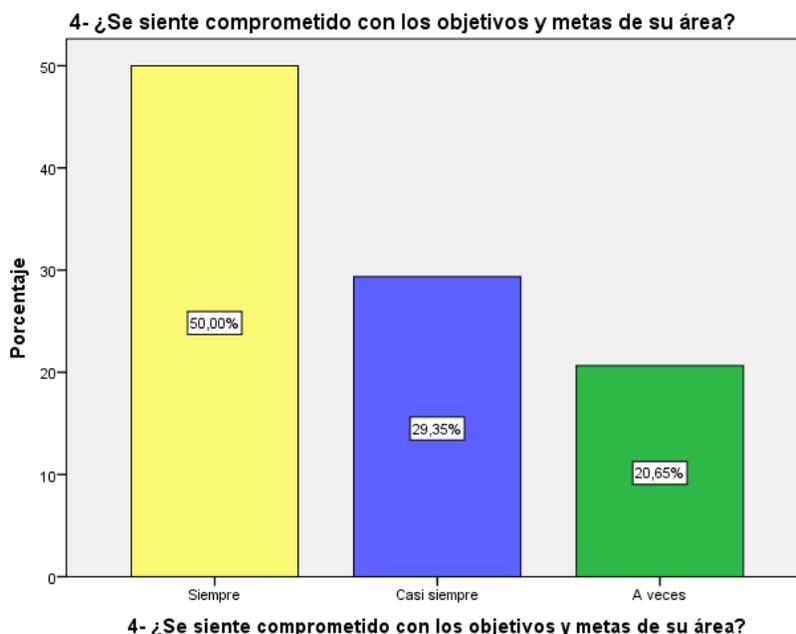


- Tal como se aprecia en la figura el 45,65% del personal administrativo considera que a veces se realizan actividades de integración entre todo el personal del campus. No obstante, el otro 10,87% sostiene que nunca se realizan actividades de integración. Por lo tanto, se considera que debe realizarse más a menudo actividades de integración para el personal administrativo.

**FIGURA N°4- ¿Se siente comprometido con los objetivos y metas de su área?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	46	50,0	50,0	50,0
	Casi siempre	27	29,3	29,3	79,3
	A veces	19	20,7	20,7	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

**Grafico #4**

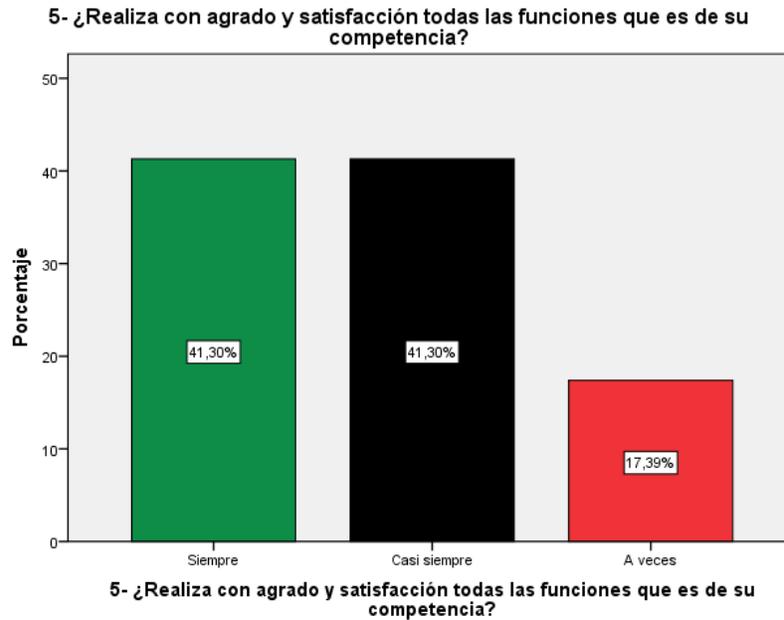


- Como se puede apreciar el 50,00% de colaboradores siempre está comprometido con los objetivos y metas de su área. Sin embargo, el 20,65% refiere que a veces se siente comprometido con los objetivos y metas de su área. Por lo tanto, se considera que la empresa proyecta un buen clima organizacional ya que sus colaboradores se sienten comprometidos con los objetivos y metas de su área.

**FIGURA Nª5- ¿Realiza con agrado y satisfacción todas las funciones que es de su competencia?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	38	41,3	41,3	41,3
	Casi siempre	38	41,3	41,3	82,6
	A veces	16	17,4	17,4	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

**Gráfico #5**



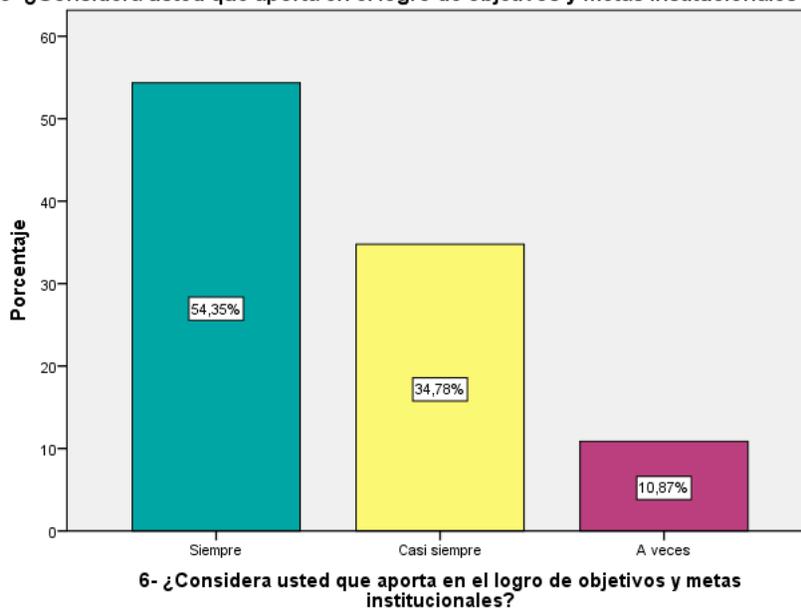
- Como podemos apreciar en la figura el 41,30% del personal administrativo siempre y casi siempre realiza con agrado y satisfacción todas las funciones que es de su competencia. Por otro lado, el 17,39, refiere que a veces realiza con agrado y satisfacción las funciones que es de su competencia. Por lo tanto, la mayoría considera que realiza con agrado y satisfacción sus funciones, creando así un clima saludable.

**FIGURA N°6- ¿Considera usted que aporta en el logro de objetivos y metas institucionales?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	50	54,3	54,3	54,3
	Casi siempre	32	34,8	34,8	89,1
	A veces	10	10,9	10,9	100,0
Total		92	100,0	100,0	

**Gráfico #6**

**6- ¿Considera usted que aporta en el logro de objetivos y metas institucionales?**



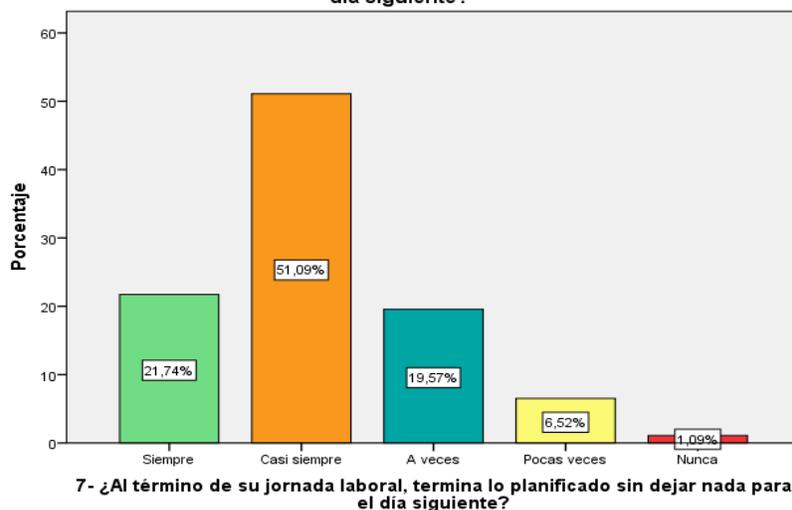
- Tal como se aprecia en la figura el 54,35% del personal administrativo considera que aporta en el logro de objetivos y metas institucionales. No obstante, el 10,87% refiere que a veces aporta en el logro de objetivos y metas institucionales. Por lo tanto, se considera que el personal administrativo aporta al logro de objetivos y metas institucionales, fomentando así un buen clima y proyectando una imagen positiva.

**FIGURA N°7- ¿Al término de su jornada laboral, termina lo planificado sin dejar nada para el día siguiente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	20	21,7	21,7	21,7
	Casi siempre	47	51,1	51,1	72,8
	A veces	18	19,6	19,6	92,4
	Pocas veces	6	6,5	6,5	98,9
	Nunca	1	1,1	1,1	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

**Gráfico #7**

**7- ¿Al término de su jornada laboral, termina lo planificado sin dejar nada para el día siguiente?**



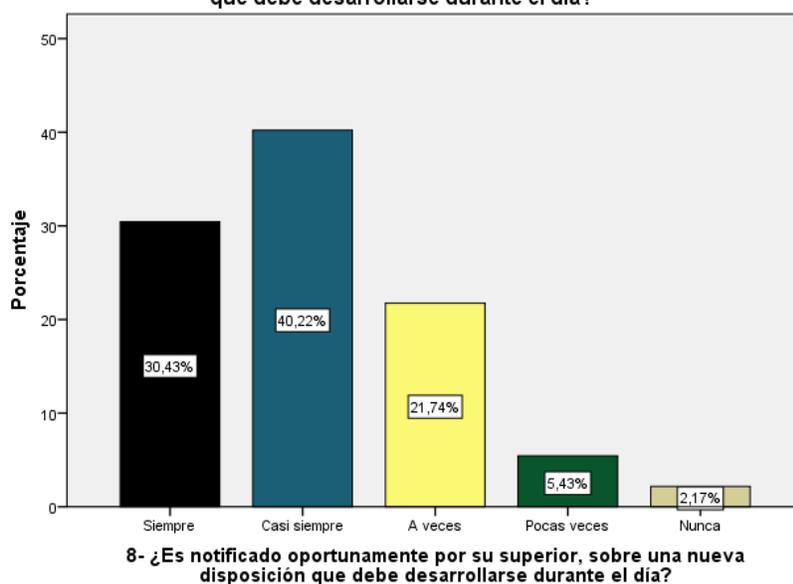
- De acuerdo al gráfico podemos apreciar que el 51,09% del personal administrativo considera que casi siempre al término de su jornada laboral, termina lo planificado sin dejar nada para el día siguiente. No obstante, el otro 1,09% refiere que, al término de su jornada laboral, nunca termina lo planificado sin dejar nada para el día siguiente. Por lo tanto, el personal administrativo termina lo planificado sin dejar nada para el día siguiente, de esta manera se refleja el buen clima organizacional.

**FIGURA N°8- ¿Es notificado oportunamente por su superior, sobre una nueva disposición que debe desarrollarse durante el día?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	28	30,4	30,4	30,4
	Casi siempre	37	40,2	40,2	70,7
	A veces	20	21,7	21,7	92,4
	Pocas veces	5	5,4	5,4	97,8
	Nunca	2	2,2	2,2	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

**Gráfico #8**

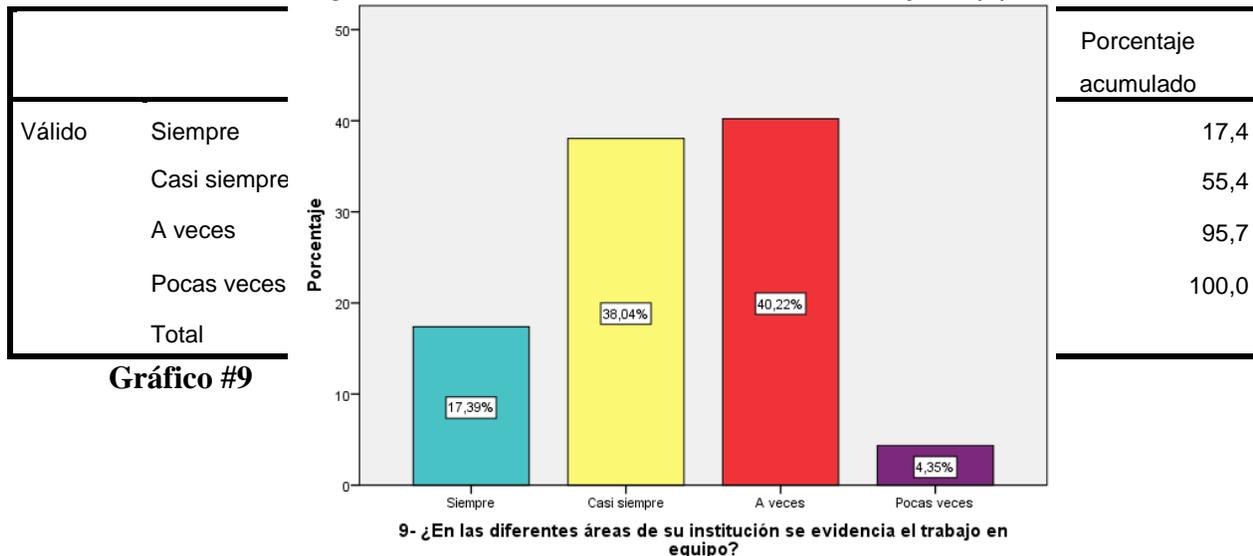
**8- ¿Es notificado oportunamente por su superior, sobre una nueva disposición que debe desarrollarse durante el día?**



- Tal como se aprecia en el cuadro el 40,22% del personal administrativo casi siempre es notificado oportunamente por su superior, sobre una nueva disposición que debe desarrollarse durante el día. Por otro lado, el 2,17% sostiene que nunca es notificado oportunamente por su superior, sobre una nueva disposición que debe desarrollarse durante el día. Por lo tanto, para promover un buen clima organizacional es necesario notificar oportunamente sobre una nueva disposición a los empleados.

**FIGURA N°9- ¿**

**9- ¿En las diferentes áreas de su institución se evidencia el trabajo en equipo? equipo?**

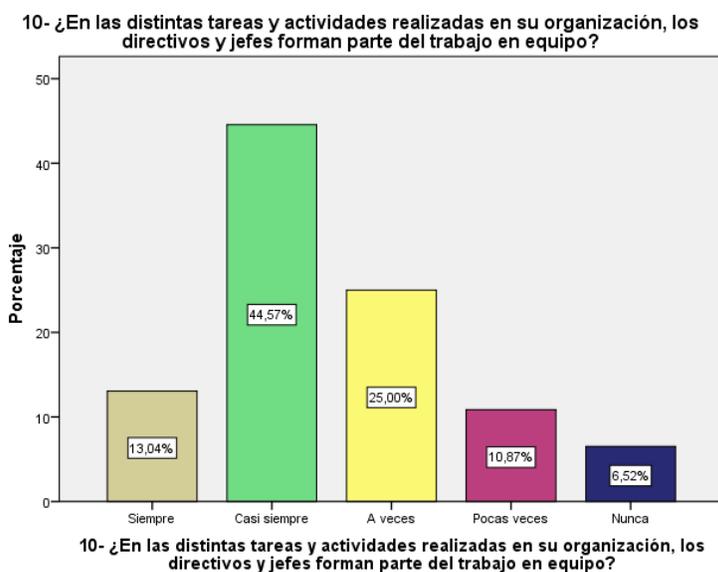


- Como podemos apreciar en la figura el 40,22% del personal administrativo considera que a veces en las diferentes áreas de su institución se evidencia el trabajo en equipo. No obstante, el 4,35% refiere que en las diferentes áreas de su institución se evidencia pocas veces el trabajo en equipo. Por lo tanto, se considera que se debe reforzar el trabajo en equipo para promover el buen clima organizacional.

**FIGURA N°10- ¿En las distintas tareas y actividades realizadas en su organización, los directivos y jefes forman parte del trabajo en equipo?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	12	13,0	13,0	13,0
	Casi siempre	41	44,6	44,6	57,6
	A veces	23	25,0	25,0	82,6
	Pocas veces	10	10,9	10,9	93,5
	Nunca	6	6,5	6,5	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

**Grafico #10**



- Como se aprecia en el cuadro el 44,57% del personal administrativo considera que en las distintas tareas y actividades realizadas en la organización casi siempre los directivos y jefes forman parte del trabajo en equipo. No obstante, el otro 6,52% sostiene que nunca forman parte del trabajo en equipo. Por lo tanto, el personal administrativo, consideran que los directivos y jefes forman parte del trabajo en equipo fomentando así en clima organizacional.

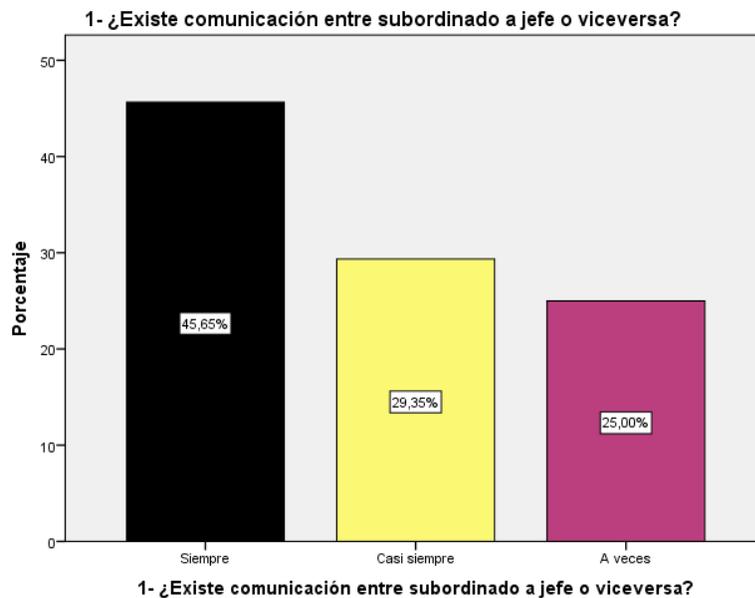
## VARIABLE IMAGEN CORPORATIVA

Dimensiones: Comunicación-Infraestructura-Personalidades

**FIGURA N°1- ¿Existe comunicación entre subordinado a jefe o viceversa?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	42	45,7	45,7	45,7
	Casi siempre	27	29,3	29,3	75,0
	A veces	23	25,0	25,0	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

**Gráfico #1**



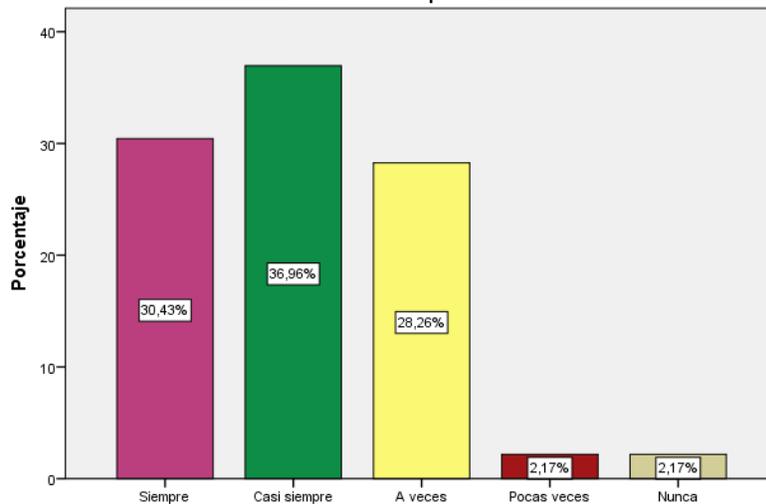
- Tal como se puede apreciar en la figura le 45,65% del personal administrativo sostiene que siempre existe comunicación entre subordinado a jefe o viceversa. No obstante, el otro 25% refiere que a veces existe comunicación entre subordinado a jefe o viceversa. Por lo tanto, hay que tener muy en cuenta promover una buena comunicación entre los colaboradores y jefes o viceversa.

**FIGURA N°2- ¿Se realizan reuniones de coordinación para el desarrollo de tareas dentro del área de desempeño?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	28	30,4	30,4	30,4
	Casi siempre	34	37,0	37,0	67,4
	A veces	26	28,3	28,3	95,7
	Pocas veces	2	2,2	2,2	97,8
	Nunca	2	2,2	2,2	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

**Gráfico #2**

**2- ¿Se realizan reuniones de coordinación para el desarrollo de tareas dentro del área de desempeño?**



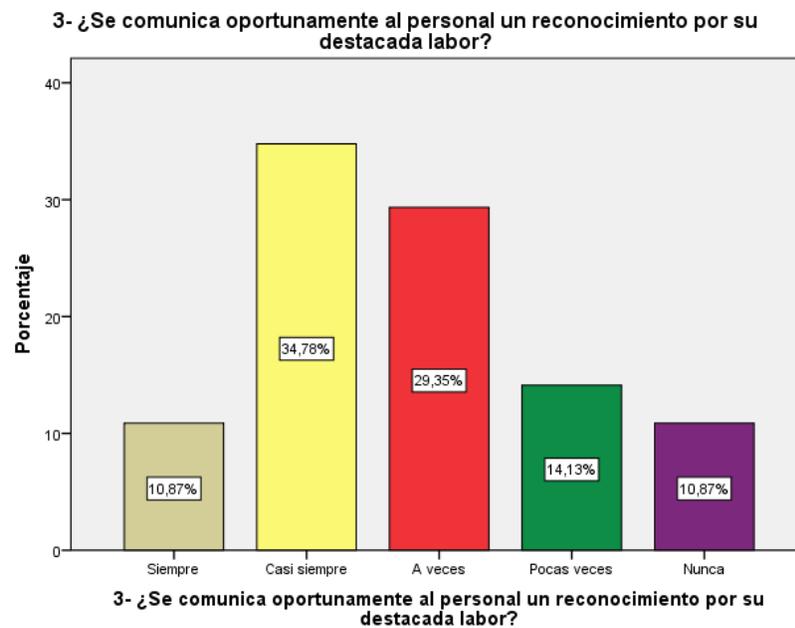
**2- ¿Se realizan reuniones de coordinación para el desarrollo de tareas dentro del área de desempeño?**

- Se puede apreciar en el gráfico que 36,96% del personal administrativo sostiene que casi siempre se realizan reuniones de coordinación para el desarrollo de tareas dentro del área de desempeño. Por otro lado, el 2,17% sostiene que pocas veces y nunca se realizan reuniones de coordinación para el desarrollo de tareas dentro del área de desempeño. Por lo tanto, se considera que se debe seguir realizando reuniones de coordinación para seguir promoviendo el buen clima organizacional.

**FIGURA N°3- ¿Se comunica oportunamente al personal un reconocimiento por su destacada labor?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	10	10,9	10,9	10,9
	Casi siempre	32	34,8	34,8	45,7
	A veces	27	29,3	29,3	75,0
	Pocas veces	13	14,1	14,1	89,1
	Nunca	10	10,9	10,9	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

**Gráfico #3**



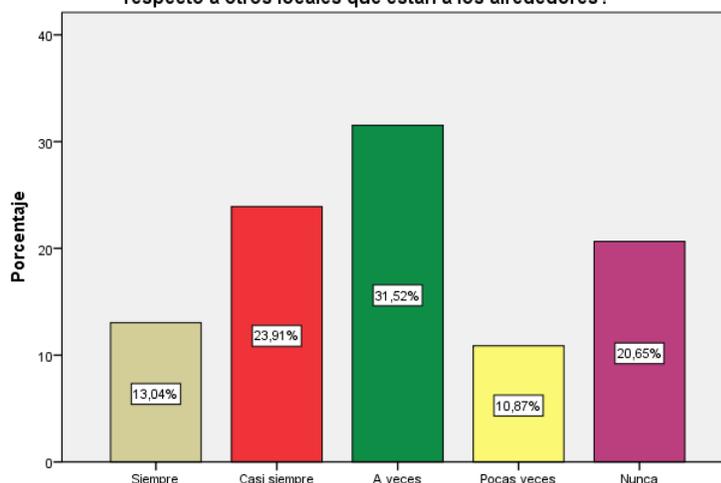
- Podemos apreciar en el gráfico que el 34,78% del personal administrativo considera que casi siempre se comunica oportunamente un reconocimiento por su destacada labor. No obstante, el otro 10,87% refiere que nunca se comunica oportunamente al personal un reconocimiento por su destacada labor. Por lo tanto, se debería comunicar oportunamente al personal un reconocimiento por su destacada labor, para así promover una imagen corporativa positiva.

**FIGURA N°4- ¿Considera la infraestructura de su campus como una de las más modernas respecto a otros locales que están a los alrededores?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	12	13,0	13,0	13,0
	Casi siempre	22	23,9	23,9	37,0
	A veces	29	31,5	31,5	68,5
	Pocas veces	10	10,9	10,9	79,3
	Nunca	19	20,7	20,7	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

**Gráfico #4**

4- ¿Considera la infraestructura de su campus como una de las más modernas respecto a otros locales que están a los alrededores?



4- ¿Considera la infraestructura de su campus como una de las más modernas respecto a otros locales que están a los alrededores?

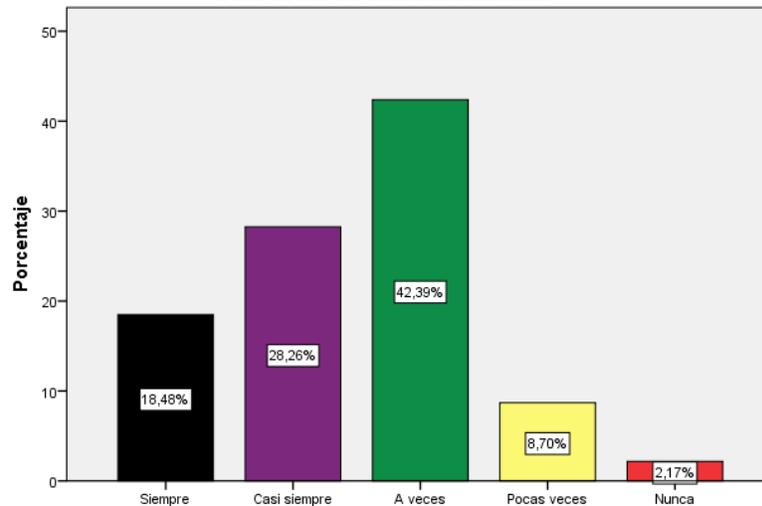
- Se puede observar en la figura que el 31,52% del personal administrativo considera la infraestructura de su campus como una de las más modernas respecto a otros locales que están a los alrededores. No obstante, el otro 10,87% considera pocas veces la infraestructura de su campus como una de las más modernas respecto a otros locales que están a los alrededores. Por lo tanto, un promedio regular considera la infraestructura del campus como la más moderna.

**FIGURA N°5- ¿El campus está implementándose para ser una de las mejores respecto a la zona donde se encuentra ubicada?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	17	18,5	18,5	18,5
	Casi siempre	26	28,3	28,3	46,7
	A veces	39	42,4	42,4	89,1
	Pocas veces	8	8,7	8,7	97,8
	Nunca	2	2,2	2,2	100,0
Total		92	100,0	100,0	

**Gráfico #5**

5- ¿El campus está implementándose para ser una de las mejores respecto a la zona donde se encuentra ubicada?



5- ¿El campus está implementándose para ser una de las mejores respecto a la zona donde se encuentra ubicada?

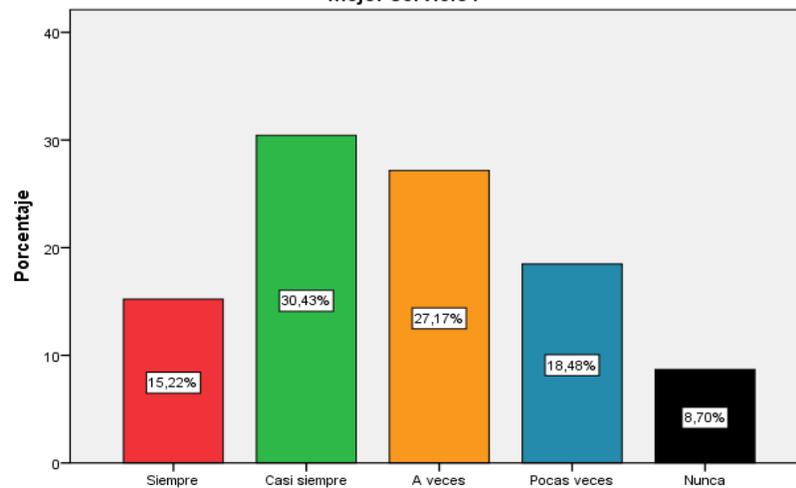
- De acuerdo a la imagen se puede decir que el 42,39% del personal administrativo considera que el campus está implementándose para ser una de las mejores respecto a la zona donde se encuentra ubicada. No obstante, el 2,17% refiere que el campus nunca está implementándose para ser una de las mejores de la zona donde se encuentra ubicada. Por lo tanto, se considera que el campus está implementándose para ser una de las mejores.

**FIGURA Nª6- ¿Las oficinas, ambientes y otras áreas están acondicionadas para brindar un mejor servicio?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	14	15,2	15,2	15,2
	Casi siempre	28	30,4	30,4	45,7
	A veces	25	27,2	27,2	72,8
	Pocas veces	17	18,5	18,5	91,3
	Nunca	8	8,7	8,7	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

**Gráfico #6**

6- ¿Las oficinas, ambientes y otras áreas están acondicionadas para brindar un mejor servicio?

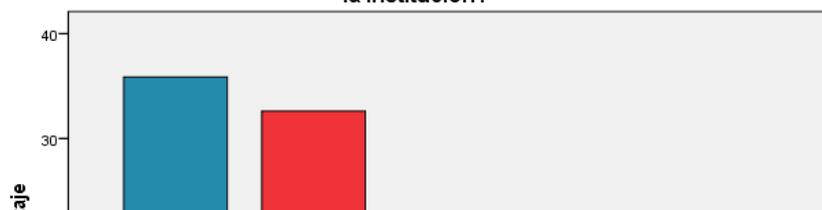


6- ¿Las oficinas, ambientes y otras áreas están acondicionadas para brindar un mejor servicio?

- Según el gráfico se puede apreciar que el 30,43% del personal administrativo considera que las oficinas, ambientes y otras áreas están acondicionadas para brindar un mejor servicio. Por otro lado, el 8,70% sostienen lo contrario. Por lo tanto, el promedio de colaboradores considera que las oficinas, ambientes y otras áreas están acondicionadas para brindar un mejor servicio.

**Gráfico #7**

7- ¿Considera que contar con personalidades importantes, como la Dra. Beatriz Merino Lucero, presidenta ejecutiva de la UCV, refuerza la imagen corporativa de la institución?



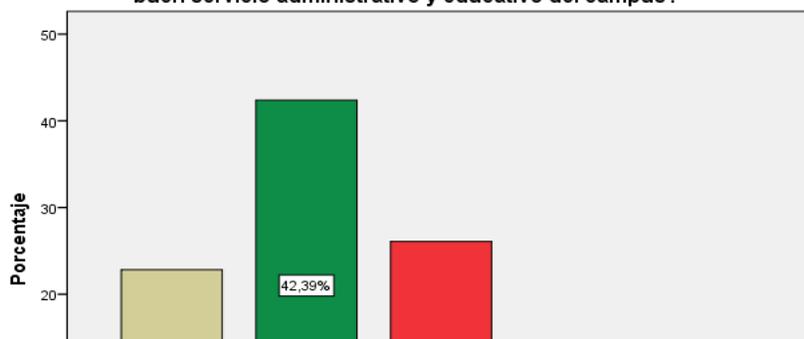
**FIGURA Nª7- ¿Considera que contar con personalidades importantes, como la Dra. Beatriz Merino Lucero, presidenta ejecutiva de la UCV, refuerza la imagen corporativa de la institución?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	33	35,9	35,9	35,9
	Casi siempre	30	32,6	32,6	68,5
	A veces	20	21,7	21,7	90,2
	Pocas veces	5	5,4	5,4	95,7
	Nunca	4	4,3	4,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

- Se observa en el grafico que el 35,87% del personal administrativo considera siempre, que contar con personalidades importantes, como la Dra. Beatriz Merino Lucero, presidenta ejecutiva de la UCV refuerza la imagen corporativa, por lo contrario, el 4,35% considera que no. Por lo tanto, en su mayoría se considera que contar con personalidades importantes refuerzan la imagen corporativa de la organización.

**Gráfico #8**

**8- ¿Los directivos de DG, DA y DBU, son líderes profesionales que saben guiar el buen servicio administrativo y educativo del campus?**



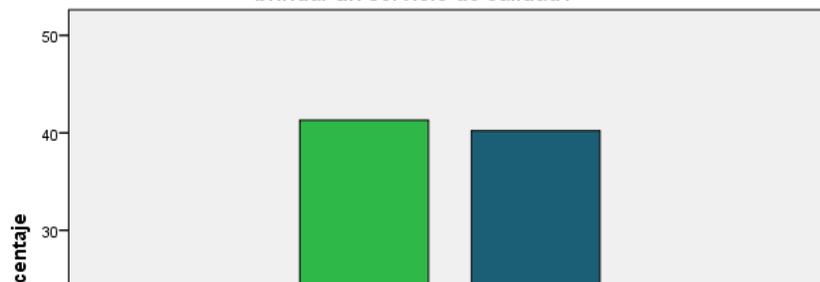
**FIGURA Nª8- ¿Los directivos de DG, DA y DBU, son líderes profesionales que saben guiar el buen servicio administrativo y educativo del campus?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	21	22,8	22,8	22,8
	Casi siempre	39	42,4	42,4	65,2
	A veces	24	26,1	26,1	91,3
	Pocas veces	6	6,5	6,5	97,8
	Nunca	2	2,2	2,2	100,0
Total		92	100,0	100,0	

- Como podemos apreciar en la figura el 42,39% del personal administrativo considera que casi siempre los directivos de DG, DA y DBU, son líderes profesionales que saben guiar el buen servicio administrativo y educativo del campus. No obstante, el otro 2,17% refiere lo contrario. Por lo tanto, en su mayoría los colaboradores refieren que los directivos son líderes que saben guiar el buen servicio reforzando así la imagen corporativa.

**Gráfico #9**

**9- ¿Los coordinadores(as) de las escuelas profesionales se preocupan por brindar un servicio de calidad?**



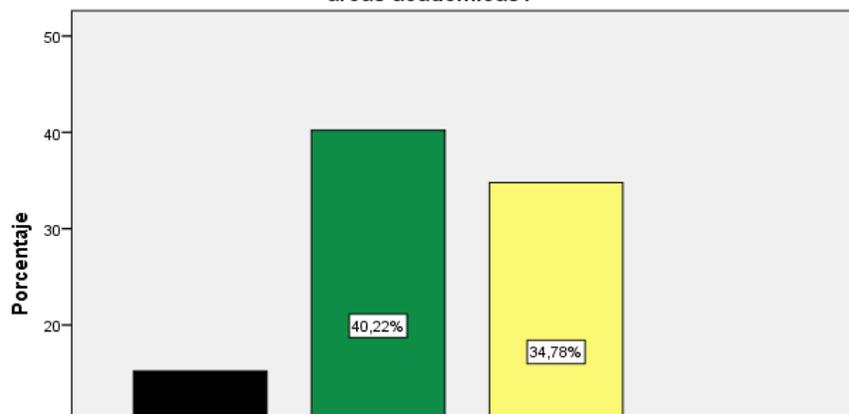
**FIGURA N°9- ¿Los coordinadores(as) de las escuelas profesionales se preocupan por brindar un servicio de calidad?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	10	10,9	10,9	10,9
	Casi siempre	38	41,3	41,3	52,2
	A veces	37	40,2	40,2	92,4
	Pocas veces	7	7,6	7,6	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

- Como se aprecia en la figura el 41,30% del personal administrativo sostiene que casi siempre los coordinadores (as) de las escuelas profesionales se preocupan por brindar un servicio de calidad. No obstante, el otro 7,61% refiere que pocas veces los coordinadores (as) de las escuelas profesionales se preocupan por brindar un servicio de calidad. Por lo tanto, en su mayoría los colaboradores consideran que los coordinadores se preocupan por brindar un servicio de calidad, proyectando una imagen corporativa positiva.

**Gráfico #10**

**10- ¿Los jefes de las áreas administrativas desarrollan un buen soporte para las áreas académicas?**



**FIGURA N°10- ¿Los jefes de las áreas administrativas desarrollan un buen soporte para las áreas académicas?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	14	15,2	15,2	15,2
	Casi siempre	37	40,2	40,2	55,4
	A veces	32	34,8	34,8	90,2
	Pocas veces	9	9,8	9,8	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

- Como se aprecia en la figura el 40,22% del personal administrativo consideran que los jefes de las áreas administrativas desarrollan un buen soporte para las áreas académicas. No obstante, el 9,78% refiere que pocas veces los jefes de las áreas administrativas desarrollan un buen soporte para las áreas académicas. Por lo tanto, el personal administrativo considera que los jefes de las áreas administrativas desarrollan un buen soporte y apoyo para las áreas académicas de la organización, fomentando así un buen clima organizacional.
- **HIPÓTESIS GENERAL:**

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	36,854 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitud	44,094	4	,000

Asociación lineal por lineal	33,594	1	,000
N de casos válidos	92		

a. 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,41.

#### CLIMA ORGANIZACIONAL\*IMAGEN CORPORATIVA tabulación cruzada

Recuento		IMAGEN CORPORATIVA			Total
		Mínimo	Óptimo	Excesivo	
CLIMA ORGANIZACIONAL	Mínimo	26	18	0	44
	Óptimo	6	23	17	46
	Excesivo	0	0	2	2
Total		32	41	19	92

**X<sub>2</sub> calculado > X<sub>2</sub> tabulado**

36,854 > 9,4877

Como podemos ver el valor X<sub>2</sub> calculado es mayor al de X<sub>2</sub> tabulado, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación:

- El clima organizacional tiene una relación significativa con la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate vitarte, 2018. Resultado que se evidencia al aplicar la prueba de Chi Cuadrado de Pearson, y con la tabulación cruzada de ambas variables (X<sub>2</sub> calculado > X<sub>2</sub> tabulado) se determinó que existe una correlación significativa de 36,854 > 9,4877, cumpliéndose los requisitos de que el número calculado sea mayor a 9, es por eso que se aprueba la hipótesis general, rechazándose así la hipótesis nula.

#### HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1:

##### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	12,254 <sup>a</sup>	4	,016

Razón de verosimilitud	14,906	4	,005
Asociación lineal por lineal	8,504	1	,004
N de casos válidos	92		

a. 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,07.

#### Motivación\*IMAGEN CORPORATIVA tabulación cruzada

Recuento

		IMAGEN CORPORATIVA			Total
		Mínimo	Óptimo	Excesivo	
Motivación	Mínimo	16	19	1	36
	Óptimo	14	18	14	46
	Excesivo	2	4	4	10
Total		32	41	19	92

#### X<sub>2</sub> calculado > X<sub>2</sub> tabulado

$$12,254 > 9,4877$$

Como podemos ver el valor X<sub>2</sub> calculado es mayor al de X<sub>2</sub> tabulado, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación:

- La motivación tiene una relación significativa con la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018. Debido a que, según los resultados estadísticos de los ítems de la dimensión motivación, obtuvieron un porcentaje considerable, y porque al aplicar el Chi Cuadrado de Pearson y con la tabulación cruzada entre dimensión y variable (X<sub>2</sub> calculado > X<sub>2</sub> tabulado) se determinó que existe una correlación significativa de  $12,254 > 9,4877$ , cumpliéndose los requisitos de que el número calculado sea mayor a 9, reafirmandose así la hipótesis específica planteada.
- **HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2:**

#### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	23,246 <sup>a</sup>	4	,000

Razón de verosimilitud	25,943	4	,000
Asociación lineal por lineal	15,692	1	,000
N de casos válidos	92		

a. 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,86.

**Satisfacción laboral\*IMAGEN CORPORATIVA tabulación cruzada**

Recuento

		IMAGEN CORPORATIVA			Total
		Mínimo	Óptimo	Excesivo	
Satisfacción laboral	Mínimo	28	22	4	54
	Óptimo	2	15	12	29
	Excesivo	2	4	3	9
Total		32	41	19	92

**X<sub>2</sub> calculado > X<sub>2</sub> tabulado**

$23,246 > 9,4877$

Como podemos ver el valor X<sub>2</sub> calculado es mayor al de X<sub>2</sub> tabulado, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación:

- La satisfacción laboral tiene una relación significativa con la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018. Debido a que, según los resultados estadísticos de los ítems de la dimensión satisfacción laboral obtuvieron un porcentaje considerable, y porque al aplicar el Chi Cuadrado de Pearson y con la tabulación cruzada entre dimensión y variable (X<sub>2</sub> calculado > X<sub>2</sub> tabulado) se determinó que existe una correlación significativa de  $23,246 > 9,4877$ , cumpliéndose los requisitos de que el número calculado sea mayor a 9, reafirmando así la hipótesis específica planteada.

**-HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3:**

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
--	-------	----	------------------------------

Chi-cuadrado de Pearson	13,587 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitud	12,845	4	,000
Asociación lineal por lineal	10,627	1	,000
N de casos válidos	92		

a. 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,03.

#### Liderazgo\*IMAGEN CORPORATIVA tabulación cruzada

Recuento		IMAGEN CORPORATIVA			Total
		Mínimo	Óptimo	Excesivo	
Liderazgo	Mínimo	32	21	3	56
	Óptimo	0	19	12	31
	Excesivo	0	1	4	5
Total		32	41	19	92

#### X<sub>2</sub> calculado > X<sub>2</sub> tabulado

$$13,587 > 9,4877$$

Como podemos ver el valor X<sub>2</sub> calculado es mayor al de X<sub>2</sub> tabulado, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación:

- El liderazgo tiene una relación significativa con la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo Ate Vitarte, 2018. Debido a que, según los resultados estadísticos de los ítems de liderazgo, obtuvieron un porcentaje considerable, y porque al aplicar el Chi Cuadrado de Pearson y con la tabulación cruzada entre dimensión y variable (X<sub>2</sub> calculado > X<sub>2</sub> tabulado) se determinó que existe una correlación significativa de  $13,587 > 9,4877$ , cumpliéndose los requisitos de que el número calculado sea mayor a 9, reafirmando así la hipótesis específica planteada.

## IV. DISCUSIÓN

El presente trabajo de investigación tiene por título: “Relación entre clima organizacional y la imagen corporativa en el personal administrativo de una universidad privada de Ate Vitarte, 2018”;

su objetivo general es determinar la relación que existe entre ambas variables. Así mismo, la hipótesis general de la investigación refiere que el clima organizacional tiene una relación significativa con la imagen corporativa en el personal administrativo de una universidad privada de Ate vitarte, 2018. El diseño metodológico empleado es no experimental de corte transversal con un enfoque cuantitativo de nivel básico, utilizando un muestreo no probabilístico. Es por ello, que al utilizar la prueba de Chi Cuadrado de Pearson y con la tabulación cruzada de ambas variables ( $X^2$  calculado  $>$   $X^2$  tabulado) se determinó que existe una correlación significativa de  $36,854 > 9,4877$ , además para todos los casos las correlaciones fueron significativas con lo que se logra comprobar la hipótesis general y las hipótesis específicas.

Esto coincide con el trabajo de investigación realizado por Quispe (2014) titulado: “Clima organizacional y percepción de la imagen institucional en el instituto de educación superior tecnológico público Juan Velasco Alvarado” donde se logró alcanzar el objetivo general que señaló la posibilidad de determinar de qué manera el clima organizacional impacta en la percepción de la imagen institucional de la institución educativa en el que se desarrolló esta investigación, y como resultado lo alumnos, profesores y personal administrativo, encuestado por aleatorio simple, están conformes con el clima organizacional. Asimismo, con el uso del estadístico del coeficiente de correlación de Pearson, se estableció una relación significativa alta de 0.809 con lo que se evidencia que el clima organizacional impacta significativamente en la percepción de la imagen institucional, al igual que sus dimensiones (gestión, nivel académico y servicios).

Por otro lado, estos resultado también coinciden con la investigación realizado por López (2010) en su tesis de maestría “diagnóstico de la imagen corporativa como factor de cambio en el proceso de desarrollo organizacional” caso: Facultad de Ciencias de la Comunicación de la universidad Autónoma de Nuevo León, donde tuvo como objetivo general realizar un diagnóstico de la percepción de la imagen corporativa en la facultad de ciencias de la comunicación de la universidad Autónoma de Nuevo León.

Que al realizar de manera similar la estrategia metodológica siendo un estudio no experimental y con diseño transaccional, su propósito fue describir ambas variables y analizar su incidencia e interrelación. Luego de la aplicación de los instrumentos se concluyó una tendencia positiva en términos generales de la imagen corporativa en el proceso de desarrollo organizacional de las

personas que laboran en dicha institución, situación que menciona Quiroga (2007) cuando afirma que “el clima propicia sitios de trabajo satisfactorios que ayudan a, entre otras cosas, las buenas relaciones y buen ambiente laboral”, así como también lo que reafirman los autores Edel, García & Casiano (2007) quienes definen “el clima organizacional como la percepción de un grupo de personas que forman parte de una organización y establecen diversas interacciones en un contexto laboral”. Así también Pintado & Sánchez (2013) señalan que “la imagen corporativa se relaciona con lo que el público interno y externo perciben del lugar donde labora y luego pasa a formar parte de su pensamiento”.

Cabe resaltar que la investigación pudo detectar ciertas fortalezas en la organización tales como encontrar a un personal motivado, satisfecho y comprometido con las metas y objetivos, ratificando así la teoría de los sistemas propuesta por Ludwig Von en respuesta a que los trabajadores adoptan las metas y reconocen las obligaciones mutuas entre la empresa y trabajador. Resaltando también y teniendo claro que esto puede ser signo de muchos factores momentáneos, resultado que puede variar según el paso del tiempo. Por otro lado, también se pudo encontrar que un porcentaje de los encuestados consideraba mejorar la infraestructura de la organización, y que la misma debería implementarse para llegar a ser una de las mejores en la zona donde se encuentra ubicada (ver gráfico y figura de las preguntas 4-5) - imagen corporativa. Sin embargo, también se descubrió gracias a los resultados estadísticos obtenidos por las encuestas que aún falta reforzar el vínculo de apoyo entre alguna de las áreas, y la preocupación de los coordinadores por brindar un servicio de calidad, ya que el manejo de imagen no solo involucra al personal administrativo sino también a sus directivos y autoridades sin importar el tamaño de la empresa.

Se considera también por parte del investigador aumentar y profundizar en algunas preguntas del cuestionario, y así conocer más a fondo que factores influyen en la motivación, satisfacción laboral y liderazgo del personal administrativo, asimismo estos datos serían más sustanciales para a investigación.

Finalmente, destacamos la importancia y significado del presente estudio porque nos ayuda a (comprender) la importancia del talento humano en la empresa, (desarrollar) planificando y gestionando una serie de acciones positivas en beneficio del trabajador, y así promover un buen clima en las organizaciones para la proyección de una imagen corporativa coherente y veraz en todas sus dimensiones, reforzándola ante cualquier situación de crisis que pueda atentar contra ella ya sea

por factores económicos, sociales, políticos etc. De lo contrario si descuidamos estos aspectos estaremos poniendo en riesgo y atentando directamente contra la organización.

## V. CONCLUSIONES

Después de haber realizado el presente trabajo de investigación y según los resultados obtenidos por medio de los instrumentos aplicados, se concluye lo siguiente:

- Se determinó que el clima organizacional si tiene una relación significativa de  $(36,854 > 9,4877)$  con la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate vitarte, 2018. Porque al aplicar la prueba de Chi Cuadrado de Pearson y con la tabulación cruzada de ambas variables ( $X^2$  calculado  $>$   $X^2$  tabulado) se cumple el requisito de obtener un número calculado mayor a 9, es por eso que se aprueba la hipótesis general, rechazándose así la hipótesis nula.
- Se describió que la dimensión motivación tiene una relación significativa de  $(12,254 > 9,4877)$  con la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018. Porque se cumple el requisito de obtener un número calculado mayor a 9. Además, según los resultados estadísticos de los ítems de la dimensión motivación la cual pertenece a la variable clima organizacional, obtuvieron un porcentaje considerable reafirmandose así la hipótesis específica planteada.
- Se describió que la dimensión satisfacción laboral tiene una relación significativa de  $(23,246 > 9,4877)$  con la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018. Porque se cumple el requisito de obtener un número calculado mayor a 9. Además, según los resultados estadísticos de los ítems de la dimensión satisfacción personal la cual pertenece a la variable clima organizacional, obtuvieron un porcentaje considerable reafirmandose así la hipótesis específica planteada.
- Se describió que la dimensión liderazgo tiene una relación significativa de  $(13,587 > 9,4877)$  con la imagen corporativa en el personal administrativo de la Universidad César Vallejo sede Ate Vitarte, 2018. Porque se cumple el requisito de obtener un número calculado mayor a 9. Además, según los resultados estadísticos de los ítems de la dimensión liderazgo la cual pertenece a la variable clima organizacional, obtuvieron un porcentaje considerable reafirmandose así la hipótesis específica planteada.

## **I. RECOMENDACIONES**

Finalizando el presente estudio de investigación podemos ofrecer las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda no descuidar al talento humano y potencializarlo de ser posible en todas las áreas en que se desenvuelve, para que así puedan cumplir de manera efectiva sus funciones en el logro de los objetivos y metas propuestas, incrementando el compromiso y la satisfacción personal.
- Se sugiere a las autoridades de la empresa sigan manteniendo un vínculo más cercano con su personal, demostrando un liderazgo acorde a las demandas empresariales.
- Por otro lado, se invita a las organizaciones a realizar encuestas periódicas de satisfacción al personal administrativo, para identificar debilidades y proponer alternativas de mejora continua tanto en lo que respecta a clima organizacional e imagen corporativa.
- Se recomienda seguir innovando e implementando la infraestructura, para reforzar y mejorar la imagen corporativa de la organización.
- Por último, se sugiere a los jefes y coordinadores reforzar de manera permanente los aciertos y fortalezas que poseen sus equipos de trabajo. Así como mantener una buena comunicación con sus stakeholders.

## VII. REFERENCIAS

- Arcos, C. (2013). *Imagen corporativa y posicionamiento de marca en la mente del consumidor de la empresa GM Digital en la ciudad de Quito*” Recuperado de:  
[http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/3283/1/22%20MKT.pdf#page=20&zoom=auto,-\\_107,736](http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/3283/1/22%20MKT.pdf#page=20&zoom=auto,-_107,736)
- Andrade, H. (1991). *Hacia una definición de la comunicación organizacional*. España: ENC.
- Brunet, L. (1999). *El Clima de Trabajo en las Organizaciones Definiciones, Diagnósticos y Consecuencias*. México: Trillas.
- Castro, B. (2007) *El auge de la comunicación corporativa*. España: oxam.
- Castro, F. (2016). *La imagen corporativa y la satisfacción laboral. Estudio correlacional con trabajadores limeños (tesis de licenciatura)*. Recuperado de:  
<http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/621642/1/Tesis+Original+-+Florence+Castro.pdf>
- Capriotti, P. (2009) *Branding corporativo fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Chile: Andros
- Capriotti, P. (1999) *Planificación estratégica de la imagen corporativa* (4ta Edición)  
España: Ariel
- Chacón, V. (2015) *Análisis del clima organizacional de la empresa representaciones CEM, ubicada en Chiquimula. (Tesis de licenciatura)*  
Recuperado de:  
<http://docplayer.es/71960135-Universidad-rafael-landivar-facultad-de-ciencias-economicas-y-empresariales-licenciatura-en-administracion-de-empresas.html>

Chaves, N. (2003) *La imagen corporativa teoría y práctica de la identificación institucional*. (3ra Ed). Barcelona: Gustavo Gili

Chiavenato (2007). *Administración de recursos humanos, el capital humano de las organizaciones*. México: Mc. Graw Hill. S.A.

Chiavenato (2009) *Comportamiento organizacional, la dinámica del éxito en las organizaciones* (2da Ed). México: Mc. Graw Hill. S.A.

Costa, J. (2009) *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. (4ta Ed). Buenos Aires: La Crujía.

Davis K. y Newstrom J. (1991), *Comportamiento humano en el trabajo*, México D.F.: Mc Graw Hill

Edel, R. García, A. & Casiano, R. (2007). *Clima y compromiso organizacional* (vol. 1). México: Calameo

Fernández Collado (2000). *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.

Franklin & Krieger (2011) *Comportamiento organizacional. Enfoque para América Latina*. (1ra Ed). México: Pearson

Garza, D. (2010). El clima organizacional en la dirección general de ejecución de sanciones de la secretaria de seguridad publica en Tamaulipas (tesis de maestría). Recuperado de: <http://riuat.uat.edu.mx/handle/123456789/1585>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5ta ed.). México: Mc Graw Hill.

Hernández Blázquez, B (2016). *Técnicas estadísticas de investigación social*.

Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=vpfVgmaR5gUC&pg=PA127&dq=poblacion>

[+y+muestra&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjCy7TyhL\\_WAhVVOMAKHf6tD6kQ6AEIMTAC#v=onepage&q=poblacion%20y%20muestra&f=false](#)

López, Y (2010) Diagnostico de la imagen corporativa como factor del cambio del en el proceso de desarrollo organizacional. (tesis de maestría) Recuperado de:

[http://biblioteca.universia.net/html\\_bura/ficha/params/title/diagnostico-imagen-corporativa-como-factor-cambio-proceso-desarrollo-organizacional-caso/id/51986536.html](http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/title/diagnostico-imagen-corporativa-como-factor-cambio-proceso-desarrollo-organizacional-caso/id/51986536.html)

Newstrom, J. (2007) *Comportamiento humano en el trabajo (Duodécima Ed.)*. México: D.F.

Pintado & Sánchez. (2013). *Imagen corporativa influencia en la gestión empresarial (2da Ed.)*. Madrid: Esic.

Quiroga, D. (2007) Comunicación, clima y cultura organizacional para la gestión del conocimiento. Pymes metalmecánicas de Cali. Univ-Empresa 6 (13), pp. 9-36

Quispe, D. (2014). Clima organizacional y percepción de la imagen institucional en el instituto de educación superior tecnológico público “Juan Velazco Alvarado” (tesis de doctorado). Recuperado de: [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/682/3/quispe\\_dpdpf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/682/3/quispe_dpdpf)

Robbins, S. (1999). *Comportamiento Organizacional*. (8ª ed.). México. Editorial Prentice Hall.

Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional (10ma Ed)*. México: Pearson

Vargas, Y (2013). Clima organizacional en la municipalidad de Estanduela, Zacapa (tesis de licenciatura). Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Vargas-Yuliana.pdf>

# **ANEXOS**

## **ENCUESTA CLIMA ORGANIZACIONAL**

La presente encuesta tiene por objetivo medir el clima organizacional de la empresa, por lo tanto, le solicito sea honesto(a) en cada una de las alternativas marcadas, ello permitiría realizar acciones para la mejora entre los miembros de la institución.

Género:      M                      F

Edad: 25-35 / 36-45 / 46-55

**Marca una sola alternativa con una (X):**

**1- ¿En la institución se desarrollan constantes talleres y capacitaciones para los colaboradores?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**2- ¿Se reconoce o se celebra el cumpleaños del personal?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**3- ¿Se realizan actividades de integración entre todo el personal del campus?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**4- ¿Se siente comprometido con los objetivos y metas de su área?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**5- ¿Realiza con agrado y satisfacción todas las funciones que es de su competencia?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**6- ¿Considera usted que aporta en el logro de objetivos y metas institucionales?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**7- ¿Al término de su jornada laboral, termina lo planificado sin dejar nada para el día siguiente?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**8- ¿Es notificado oportunamente por su superior, sobre una nueva disposición que debe desarrollarse durante el día?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**9- ¿En las diferentes áreas de su institución se evidencia el trabajo en equipo?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**10- ¿En las distintas tareas y actividades realizadas en su organización, los directivos y jefes forman parte del trabajo en equipo?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

## **ENCUESTA IMAGEN CORPORATIVA**

La presente encuesta tiene por objetivo evaluar la imagen corporativa de la empresa, por lo tanto, le solicito sea honesto(a) en cada una de las alternativas marcadas, ello permitiría realizar acciones para elevar la imagen de la institución.

Género:        M            F

Edad: 25-35 / 36-45 / 46-55

**Marca una sola alternativa con una (X):**

**1- ¿Existe comunicación entre subordinado a jefe o viceversa?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**2- ¿Se realizan reuniones de coordinación para el desarrollo de tareas dentro del área de desempeño?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**3- ¿Se comunica oportunamente al personal un reconocimiento por su destacada labor?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**4- ¿Considera la infraestructura de su campus como una de las más modernas respecto a otros locales que están a los alrededores?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) casi siempre | d) Pocas veces |          |

**5- ¿El campus está implementándose para ser una del mejor respecto a la zona donde se encuentra ubicada?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**6- ¿Las oficinas, ambientes y otras áreas están acondicionadas para brindar un mejor servicio?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**7- ¿Considera que contar con personalidades importantes, como la Dra. Beatriz Merino Lucero, presidenta ejecutiva de la UCV, refuerza la imagen corporativa de la institución?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**8- ¿Los directivos de DG, DA y DBU, son líderes profesionales que saben guiar el buen servicio administrativo y educativo del campus?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**9- ¿Los coordinadores(as) de las escuelas profesionales se preocupan por brindar un servicio de calidad?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |

**10- ¿Los jefes de las áreas administrativas desarrollan un buen soporte para las áreas académicas?**

- |                 |                |          |
|-----------------|----------------|----------|
| a) Siempre      | c) A veces     | e) Nunca |
| b) Casi siempre | d) Pocas veces |          |



## UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE  
LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

---

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

DÁVILA SEGURA, JUAN CARLOS

INFORME TÍTULADO:

RELACIÓN ENTRE CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA IMAGEN  
CORPORATIVA EN EL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE UNA  
UNIVERSIDAD PRIVADA DE ATE VITARTE, 2018.

---

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 03 de julio de 2018

NOTA O MENCIÓN: 12



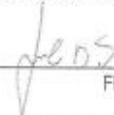
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE          TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b> UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo Juan Carlos Dávila Segura identificado con DNI N° 47069758, egresado de la Escuela Profesional de Ciencias de la comunicación de la Universidad César Vallejo, autorizo ( ) . No autorizo ( x ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Relación entre clima organizacional y la imagen corporativa en el personal administrativo de una universidad privada de Ate Vitarte, 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

Motivos de confidencialidad de la información obtenida.

  
 \_\_\_\_\_  
 FIRMA

DNI: 47069758

FECHA: 24 de Julio del 2018





 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD          DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo, César Augusto Simón Corales  
 docente de la Facultad de Ciencias de la comunicación y Escuela Profesional de Ciencias de la comunicación de la Universidad César Vallejo Filial Lima Los Olivos, revisor (a) de la tesis titulada "Relación entre clima organizacional y la imagen corporativa en el personal administrativo de una universidad privada de Ate Vitarte, 2018", del estudiante Juan Carlos Dávila Segura, constato que la investigación tiene un índice de similitud de .....% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrita (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.

Lugar y fecha..... 25 de Julio de 2018 .....



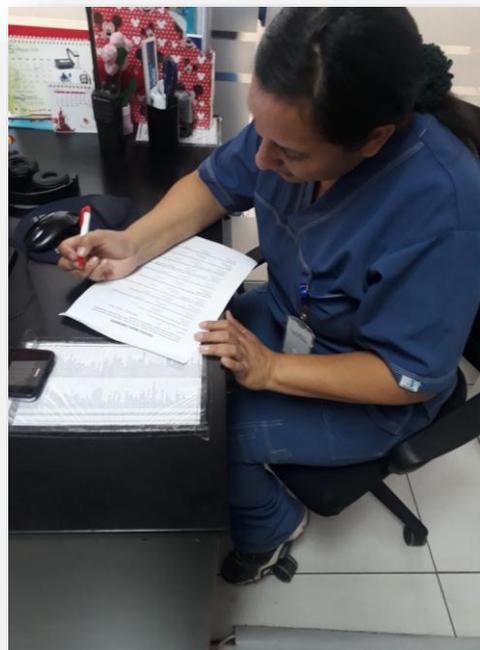
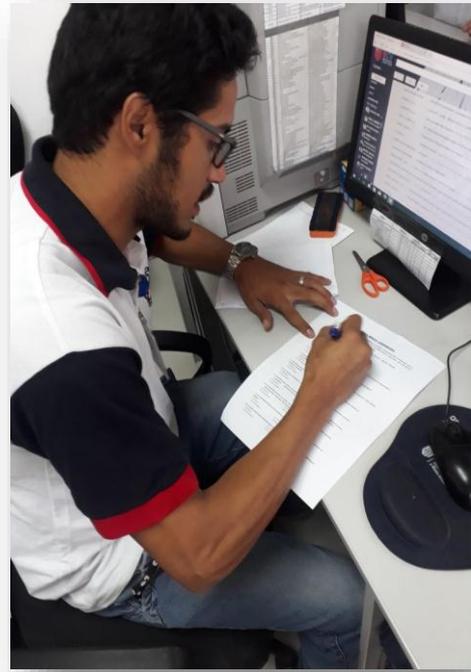
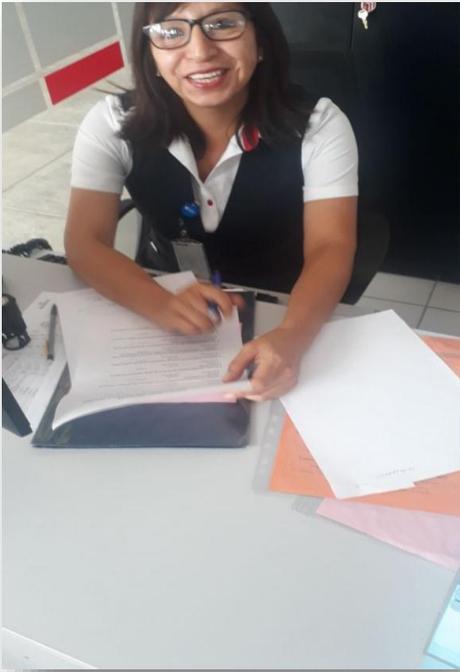
*[Handwritten Signature]*

Firma

Nombres y apellidos del (de la) docente

DNI: 40040002

## EVIDENCIAS FOTOGRAFICAS





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

Lima, martes 05 de diciembre del 2017

DR. JUVENAL LOZANO LOZANO  
DIRECTOR GENERAL DEL CAMPUS UCV - LIMA ATE

**Asunto:** Solicito autorización para aplicación de encuestas al personal administrativo Campus UCV – Lima Ate.

Previos mis saludos cordiales a su digna persona, quien tiene a bien dirigirse a Usted es Juan Carlos Dávila Segura, estudiante de la escuela profesional de ciencias de la comunicación del campus UCV- Lima Norte. Quien en el presente semestre, está desarrollando su tesis para optar el título de licenciado en ciencia de la comunicación. Es por ello, que solicito a su digna vestidura poder aplicar al personal administrativo de su casa de estudios durante los semestres 2017-II y 2018-I los instrumentos que medirán las variables que son objeto de mi investigación como son: **“Clima Organizacional e Identidad Corporativa”**, las mismas que buscan determinar si existe relación entre dichas variables. Cabe mencionar, que la información que arrojen dichas encuestas se mantendrá en total reserva con el fin de salvaguardar la identidad e imagen de vuestra institución.

Sin otro particular, agradeciendo anticipadamente su atención y apoyo a la investigación científica, que seguramente aportará a la mejora del campus UCV de Lima Ate.

Atentamente

JUAN CARLOS DAVILA SEGURA  
DNI: 47069758  
EAP- CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
UCV. Lima Norte Los Olivos

