



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN**  
**RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA**

Percepción de la identidad corporativa entre públicos internos de dos Instituciones  
Educativas Estatales, Piura 2019

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**  
Maestra en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa

**AUTORA:**

Br. Lavallo Vidal, María de los Ángeles (ORCID: 0000-0002-4283-6960)

**ASESOR:**

Dr. Cornejo Urbina, Franklin (ORCID: 0000-0002-4681-6270)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Comunicación Corporativa, Relaciones Públicas

**TRUJILLO – PERÚ**

**2019**

## **Dedicatoria**

Este trabajo está dedicado a mis Padres, no sería nada sin su sacrificio, fortaleza, y empeño para mostrarme, siempre, el camino hacia la superación.

A mi Mamá Lolita y Papá Periquito, gracias por cuidarme desde el cielo y por hacerme saber, en mis sueños, que siempre estarán para cuidarme y enseñarme el camino correcto.

## **Agradecimiento**

Agradezco a mis formadores, docentes de gran sabiduría que se han esforzado por ayudarme para llegar hasta el punto donde me encuentro. El camino no ha sido fácil, pero gracias a sus conocimientos y su valioso tiempo entregado, he podido realizar una investigación de calidad.

Gracias a Pedro García y Tania Muro, buenos amigos y compañeros de trabajo, sin ellos este proceso hubiera sido aún más difícil.

## Página del Jurado



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## ESCUELA DE POSGRADO

### DICTAMEN DE LA SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO(A) EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

El/La BACHILLER LAVALLE VIDAL, MARIA DE LOS ANGELES, para obtener el Grado Académico de MAESTRO(A) EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA, ha sustentado la Tesis titulada:

"Percepción de la identidad corporativa entre públicos internos de dos instituciones educativas estatales, Piura 2019"

El jurado evaluador emitió el dictamen de:

Aprobada por Unanimidad

Habiendo recomendado lo siguiente:

Ninguna

Trujillo, 18 DE ENERO 2020

PRESIDENTE: MG. ALIAGA LOYOLA, LUIS JAVIER

SECRETARIO: DR. NECIOSUP OBANDO, JORGE EDUARDO

VOCAL: DR. CORNEJO URBINA, FRANKLIN MARTIN

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, María de los Ángeles Lavalle Vidal, estudiante de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, sede Trujillo; declaro que la tesis titulada “Percepción de la identidad corporativa entre públicos internos de dos Instituciones Educativas Estatales, Piura, 2019” presentada, en 42 folios para la obtención del grado académico de Maestra en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa es de mi autoría.

Por lo tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo establecido por las normas de elaboración de trabajo académico.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresadamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagio.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Trujillo, 08 de enero del 2020



-----  
María de los Ángeles Lavalle Vidal

DNI:43583058

## Índice

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Página del jurado .....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
Índice .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract .....	viii
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>10</b>
<b>II. MÉTODO .....</b>	<b>20</b>
2.1. Tipo de investigación .....	20
2.2. Diseño de Investigación.....	20
2.3. Variables, operacionalización .....	20
2.4. Población y muestra.....	21
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	21
2.6. Procedimiento .....	22
2.7. Método de análisis de datos .....	
2.8. Aspectos éticos .....	23
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>24</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>29</b>
<b>V. CONCLUSIONES .....</b>	<b>33</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>34</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>35</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>41</b>

## Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad establecer la diferencia de la percepción de la identidad corporativa entre públicos internos de dos Instituciones Educativas Estatales de la ciudad de Piura. Este trabajo es de diseño descriptivo comparativo. Se trabajó con una muestra representativa de 57 docentes y administrativos de la Institución Educativa José Basadre de la Ciudad de Piura y 53 docentes y administrativos de la Institución Educativa San Miguel. El instrumento que se utilizó para la recolección de datos fue la escala de identidad corporativa de Orellana, Bossio y Rafael (2011). Esta prueba fue sometida a todos los procesos psicométricos requeridos lo que demuestra que los resultados son válidos y confiables. Finalmente, los resultados reflejan que no existe diferencia en la percepción de la identidad corporativa entre el público interno de las Instituciones Educativas en estudio de la ciudad de Piura. Lo que nos indica que las características de identidad corporativa son muy similares.

**Palabras claves:** Identidad corporativa, identidad personal, identidad social, identidad organizacional.

## **Abstract**

The purpose of this research work was to establish the difference in the perception of corporate identity between internal audiences of two State Educational Institutions in the city of Piura. This work is of comparative descriptive design. We worked with a representative sample of 57 teachers and administrators of the José Basadre Educational Institution of the City of Piura and 53 teachers and administrators of the San Miguel Educational Institution. The instrument used for data collection was the corporate identity scale of Orellana, Bossio and Rafael (2011). This test was subjected to all the required psychometric processes which demonstrates that the results are valid and reliable. Finally, the results reflect that there is no difference in the perception of corporate identity among the internal public of the Educational Institutions under study in the city of Piura. Which indicates that the characteristics of corporate identity are very similar.

**Keywords:** Corporate identity, personal identity, social identity, organizational identity.