



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“Procesos administrativos y su relación con la imagen corporativa
de la empresa Herrera DKP- San Miguel 2019”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración**

AUTOR:

Atencio Carrasco, Sharianne Shannon (ORCID: 0000-0003-3467-0689)

ASESOR:

Mg. Dios Zarate, Luis Enrique (ORCID: 0000-0003-0176-0047)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión de Organizaciones

CALLAO – PERÚ

2020

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado primero a mis hijos que fue la motivación más grande para seguir adelante y a mi esposo, mi gran ayuda y fuerza para continuar.

A la vez a mi familia fuente de inspiración para terminar con mi carrera profesional y no rendirme en el camino.

Gracias bendito a Dios sobre toda las cosas por permitir tener salud para poder llegar hasta el final y cumplir uno de mis grandes sueños.

Agradecimiento

A mi familia que siempre estuvo conmigo y me brindo todo su apoyo para el termino de mi carrera.

A mis padres y hermana que estuvieron conmigo durante todo el proceso de terminar mi carrera.

A mi esposo e hijos fuente de inspiración.

A mi asesor y a cada uno de los profesores que fueron parte de todo mi trabajo yaqué que gracias a ellos termine mi tesis de la mejor manera y su paciencia infinita para ayudarme en el proceso.

Índice de contenidos

CARÁTULA.....	I
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	7
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	18
3.2. VARIABLES Y OPERAZONALIZACION.....	19
3.3. POBLACIÓN.....	20
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	21
3.5. PROCEDIMIENTO.....	24
3.6. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	25
3.7. ASPECTOS ÉTICOS.....	25
IV. RESULTADOS.....	26
4.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO.....	27
4.1.1. <i>Procesos Administrativos</i>	27
4.1.2. <i>Imagen Corporativa</i>	31
4.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	37
4.2.1. <i>Prueba hipótesis general</i>	37
V. DISCUSIÓN.....	52
VI. CONCLUSIONES.....	56
VII. RECOMENDACIONES.....	59
REFERENCIAS.....	67
ANEXOS.....	71

Índice de Tablas

Tabla 1: Procesar Casos	23
Tabla 2: Fiabilidad de la variable Procesos Administrativos	23
Tabla 3: confiabilidad de la variable Imagen Corporativa	24
Tabla 4: Fiabilidad de las variables	24
Tabla 5: Procedimientos Administrativos	27
Tabla 6: Planeación	28
Tabla 7: Organización	29
Tabla 8: Dirección	30
Tabla 9: Control	31
Tabla 10: Imagen corporativa	32
Tabla 11: Comunicación Corporativa	33
Tabla 12: Públicos de Interés	34
Tabla 13: Identidad Corporativa	35
Tabla 14: Reputación Online	36
Tabla 15: Tabla cruzada entre las variables	37
Tabla 16: Prueba de chi cuadrado para la hipótesis general	38
Tabla 17: Prueba de chi cuadrado para la hipótesis general	40
Tabla 18: Prueba de chi cuadrado para la hipótesis específica 1	41
Tabla 19: Tabla cruzada entre la dimensión Organización y la variable de Imagen corporativa	43
Tabla 20: Prueba de chi cuadrado para la hipótesis específica 2	44
Tabla 21: Tabla cruzada entre la dimensión Dirección y la variable de Imagen corporativa ..	45
Tabla 22: Prueba de chi cuadrado para la hipótesis específica 3	47
Tabla 23: Tabla cruzada entre la dimensión Control y la variable de Imagen corporativa	48
Tabla 24: Prueba de chi cuadrado para la hipótesis específica 4	49

Índice de Figuras

Figura 1: Procesos administrativos	27
Figura 2: Planeación.....	28
Figura 3: Organización	29
Figura 4: Dirección	30
Figura 5: Control.....	31
Figura 6: Imagen Corporativa	32
Figura 7: Comunicación Corporativa	33
Figura 8: Públicos de Interés.....	34
Figura 9: Identidad Corporativa.....	35
Figura 10: Reputación Online	36

RESUMEN

En la actualidad los procesos administrativos son lo que la mayoría de las organizaciones busca tener claro los 4 procesos administrativos y optar por la imagen corporativa, es decir como los clientes ven a la organización, es porque se va realizar la investigación de los procesos administrativos y su relación con la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP – San Miguel 2019 con el objetivo de establecer la relación que existe entre los procesos administrativos e imagen corporativa de dicha empresa.

El enfoque fue cuantitativo, aplicativo, descriptivo, no experimental, de corte transversal. La población fue de 30 trabajadores y por ser una población pequeña se le realizó la encuesta a toda la población, utilizando como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los datos fueron procesados estadísticamente en el programa SPSS versión 26. Los resultados muestran que del 100% de encuestados, el 73,3% de procesos administrativos califica como bueno, el 10,0% excelente, el 10,0% regular y el 6,7% deficiente, respecto a la Imagen corporativa, el 63,3% se encuentra fuerte, el 20,0% se encuentra muy fuerte, el 10,0% muy débil y el 6,7% débil. La prueba Chi Cuadrado dio como resultado $P\text{-valor}=0,000 < 0.05$, con nivel de significación $\alpha = 0.05$, por lo cual se rechazó la hipótesis nula H_0 .

Concluyendo que los procesos administrativos se relacionan directa y significativamente con la imagen corporativa de la empresa Herrera DKP – San Miguel, 2019.

Palabras Claves: Procesos administrativos, Imagen Corporativa

ABSTRACT

Currently administrative processes are what most organizations seek to be clear about the 4 administrative processes and opt for the corporate image, that is, how customers see the organization, it is because the investigation of administrative processes will be carried out and its relationship with the corporate image in the company Herrera DKP - San Miguel 2019 with the aim of establishing the relationship that exists between the administrative processes and the corporate image of said company. The approach was quantitative, applicative, descriptive, non-experimental, cross-sectional. The population was 30 workers and as it was a small population, the entire population was surveyed, using the survey as a technique and the questionnaire as an instrument. The data were statistically processed in the SPSS version 26 program. The results show that of the 100% of respondents, 73.3% of administrative processes rated as good, 10.0% excellent, 10.0% fair and 6,7% deficient, compared to the corporate image, 63.3% is strong, 20.0% is very strong, 10.0% very weak and 6.7% weak. The Chi Square test resulted in $P - \text{value} = 0.000 < 0.05$, with significance level $\alpha = 0.05$, so the null hypothesis H_0 was rejected. Concluding that the administrative processes are directly and significantly related to the corporate image of the company Herrera DKP - San Miguel, 2019.

Key Words: Administrative processes, Corporate Image

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día como se puede apreciar que los procesos administrativos y la imagen corporativa son de suma importancia para las empresas, si bien es cierto son muchos los factores que influyen en el entorno empresarial pero con esta investigación quiero demostrar la relación que pueda tener los procesos administrativos con la imagen corporativa.

Si bien es cierto no solamente se ve reflejado en el nivel local, sino también a nivel internacional como nos comenta Flores Silva (2015). Que todas las empresas tienen que asumir que los procesos administrativos se deben establecer un método adecuado para el uso correcto de este proceso, ya que de eso se visualiza el estado de la empresa, para que se pueda llevar a cabo las metas trazadas, estableciendo una buena estrategia para poder llevar los objetivos, y plantear su misión y visión. Si se cumplen los procesos se puede llevar de manera coherente y bien establecida y para poder tomar buenas decisiones.

Como lo indica Riascos Erazo (2015). De lo nos comenta que los procesos administrativos se remota antiguamente con el pensador francés Henry Fayol que anuncia los 4 procesos básicos para la administración de lo cual se incluye diferentes funciones y que son los procesos más importantes, pero de lo cual dijo que para el eje central de los 4 procesos fundamentales.

Para conseguir una buena imagen corporativa según la revista electrónica Razón y palabra de Costa J (2018) nos comentó que es de suma importancia que las empresas tanto como la identidad y la cultura son mensajes, cosas relacionadas para ser emitidas por la misma organización, como también nos dice que la imagen son percepciones y experiencias e interpretadas por el público.

En el nivel nacional como ven a los procesos administrativos en una empresa son de suma importancia para lograr los objetivos planificados, se tiene que tener claro que los procesos administrativos con la imagen corporativa son idóneos para la empresa y que las secuencias de actividades que se realicen son buenas para lograr el éxito dentro de la empresa.

La empresa Herrera DKP busca que su imagen como ajustadores de seguro siga siendo número uno en el rango sobre calidad y servicio para los clientes. Para esto se tiene que llegar y buscar a seguir con la estrategia que viene siendo infalible hasta el momento. Pero una realidad problemática que se viene realizando y que se ha detectado es mejorar con respecto al tiempo de entrega de un reporte final para el cliente y para poder mejorar eso se debe recurrir a realizar un buen proceso administrativo dentro de la empresa, verificar en donde está la falla y poder mejorar ese punto en específico, cabe mencionar que mejorando los tiempos y la satisfacción de cliente es como se ve reflejado la imagen de la empresa. Para eso se tiene que hacer una investigación con respecto en donde se genera la falla, que hace q retrasen el trabajo y la entrega del reporte final. Se sabe que la entrega de los reportes son mensuales, tanto para el jefe inmediato y para el cliente donde quiere ver como se realizó la inspección de dicha mercadería. En este caso la falla viene con los controladores que no traen a tiempo los Autoreports para que se pueda comenzar con el reporte, yaqué ellos solo vienen una vez a la semana de dichos almacenes donde se hacen las inspecciones.

Debido a la problemática causada por una mala coordinación con respecto a los roles correctos que se tienen que ejecutar de parte de los controladores y encontrar una manera correcta para evitar el retraso de los reportes que generan retrasos de más de un mes para entregar reportes finales a los clientes y en algunos casos no inspeccionan algunas naves y quedan en el aire sin ninguna supervisión, todo eso se pretende cambiar con un manejo sobre los procesos administrativos y mejorar de manera correcta todo eso. Es así como se pretende mejor para una buena imagen corporativa para la empresa y seguir siendo número 1 en calidad y servicio al cliente como se fue manejando en años anteriores.

Es por eso que este trabajo de investigación quiere brindar solución a la problemática ¿Qué relación tiene los procesos administrativos con la imagen corporativa de la empresa Herrera DKP – San Miguel 2019?

Para el trabajo de investigación se vio reflejado una serie de problemas dentro de la organización y se contó con un problema general y específicos dentro de la investigación, por lo cual se tomó como consideración el problema general como:

¿Cuál es la relación que existe entre los procesos Administrativos y la imagen Corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019?

Y como problemas específicos:

- ¿Cuál es la relación que existe entre la Planeación y la Imagen Corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019?
- ¿Cuál es la relación que existe entre la Organización y la Imagen Corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019?
- ¿Cuál es la relación que existe entre la Dirección y la Imagen Corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019?
- ¿Cuál es la relación que existe entre el Control y la Imagen Corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019?

La exposición de este estudio no solo permitirá abarcar la problemática sobre los procesos administrativos con mayor profundidad, sino que también facultará el reajuste y el planteamiento de políticas de acciones concretas y enfocadas al mejoramiento de las variables que logran incidir en la imagen corporativa de quienes trabajan en la zona de operaciones de la empresa Herrera DKP – San Miguel 2019. En la presente investigación se analizaron teorías existentes sobre las variables objeto de estudio, con lo cual se busca llenar un vacío de conocimiento; asimismo, se busca fomentar un debate académico y una reflexión en torno a los conocimientos que se tienen tanto de los procesos administrativos y la imagen corporativa.

Haciendo referencia a prácticas, para ayudar a resolver problemas reales de los trabajadores a través de las teorías objeto de estudio; asimismo, se describen y analizan las dificultades que están en torno a los procesos administrativos y la imagen corporativa, a miras de solucionar un problema real.

Parte de esta investigación se justifica en tres ámbitos que son: la justificación teórica, justificación metodológica y por último la justificación práctica. Por lo siguiente se puede decir que la justificación teórica se basa en la explicación o descripción que pueda existir entre ambas variables que vendrían hacer los procesos administrativos y la imagen corporativa de lo cual se va contar con teorías basadas en la investigación que se hizo en dicho momentos por otros actores. La investigación se basó solo en los subordinados dentro las operaciones de la empresa Herrera DKP donde se recluto dicha información en base de los mismos trabajadores.

Por otra parte dentro de la justificación metodológica esta investigación se basa en un método cuantitativo de tipo aplicada ya que se quiere demostrar si hay relación entre las dos variables que son procesos administrativos e imagen corporativa. De esta manera para dicha investigación se recolecto los datos de la zona de operaciones de la empresa de lo cual se utilizó el instrumento del cuestionario a cada trabajador que por ser una población de 30 trabajadores se tomó en su totalidad, de lo cual como se mencionó líneas atrás se utilizó un cuestionario que cuenta con 23 preguntas que fueron validados con el alfa de cronbach con confiabilidad estadísticas. Es trabajo de investigación es correlacional por lo que se busca determinar la relación que hay entre las dos variables que son procesos administrativos e imagen corporativa, de lo cual se basó en el diseño no experimental de corte transversal yaqué esto se refiere a que las dos variables no fueron aplicadas ni cambiadas solo se basaron en el entorno natural de la empresa.

Y por último pero no menos importante es la justificación práctica que es sobre la investigación de mis dos variables procesos administrativos e imagen corporativa de la empresa Herrera DKP – San Miguel 2019. Para poder verificar si se puede relacionar las variables y de cual también buscar un método de solución con respecto al problema que está presentando la empresa.

La investigación a la vez también presenta como Hipótesis general:

Existe relación entre los procesos administrativos y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.

También, se consideró las siguientes hipótesis específicas:

- Existe relación entre la planeación y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.
- La organización tiene relación con la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.
- Existe relación entre dirección y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.
- Existe relación entre el control y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.

En este trabajo de investigación también se planteó el objetivo general:

Determinar la relación entre los procesos administrativos y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.

También, se consideró los siguientes objetivos específicos:

- Determinar la relación que existe entre la planeación y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.
- Determinar la relación que existe entre la organización y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.
- Determinar la relación que existe entre la dirección y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.
- Determinar la relación que existe entre el control y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.

II. MARCO TEÓRICO

Para una correcta investigación y poder sustentar los temas a tratar en el siguiente trabajo de investigación, se ha propuesto varios estudios que tienen semejanza con el tema, esto se va indicar líneas abajo, en temas internacionales.

Cabe indicar que según Flores, S (2015) tesis para adquirir una maestría en Gerencia empresarial, de la universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. La tesis tuvo como objetivo la relación de las variables proceso administrativo y gestión empresarial de lo cual fue de análisis descriptivo de manera cuantitativa de lo cual nos dice que los procesos administrativos es lo que todo gerente tiene que seguir para la toma de decisiones y a la vez tiene que poner en prácticas los procesos y diseñar estrategias que ayuden para el cumplimiento de los objetivos y que un diseño organizacional hacen que los gerentes tengan la vista en dos lados dentro y fuera de una empresa.

Nos informa esta tesis que el proceso administrativo gira a entorno de la cultura organizacional y que han ido evolucionando con los 4 procesos administrativos muy importantes que son la planeación, control, organización y dirección.

A la vez indicar lo valioso que es la imagen corporativa dentro de una organización como nos indica Giron P. (2017) Tesis para adquirir el título de ingeniero en diseño publicitario que se llama la influencia de la imagen corporativa en el posicionamiento de la marca Cake Studio de la ciudad de Ambato, de la universidad de Ambato – Ecuador. El tipo de investigación se refiere de cómo va ser el estudio para proponer una solución al problema planteado. En el presente proyecto se realizará una Investigación Descriptiva, por medio de cual se recolectará todos los datos necesarios para conocer la situación de la empresa y de qué manera le afecta a esta el problema planteado, de lo cual se tomó una muestra de 382 personas mediante técnica de instrumentos de la entrevista.

Como cabe mencionar según Osorio I. (2014) Tesis para adquirir el grado de Administración de empresas con nombre el proceso administrativo y sus efectos en los establecimiento educativos privados en la ciudad de Quetzaltenango en México, el tipo de investigación fue de un análisis descriptivo que se realizó la técnica de las encuestas, su objetivo general es ver cómo se maneja el proceso administrativo y la

manera en que se pueda presentar en los lugares educativo y de lo cual se demostró que los procesos administrativos son importantes para el correcto manejo de la organización y como se va lograr el objetivo planteado.

Por ultimo Giron, P (2017) en su tesis el dominio de la imagen corporativa en el posicionamiento de la marca Cake Studio de la ciudad de Ambato. Su objetivo principal fue demostrar la importancia de la imagen para adquirir el reconocimiento de las personas sobre la marca y así se demuestra que la imagen tiene bastante influencia en la marca y la manera como el producto o servicio se puede ver afectada si como empresa no tiene una buena imagen dentro de la organización.

En el ámbito nacional también se puede verificar la importancia de los procesos administrativos es por eso que según Burgos, O y Cervera, A. (2017) en la tesis titulada elaboración del proceso administrativo en la empresa Comercial A&C de la universidad Señor de Sipan en Chiclayo. El tipo de investigación utilizado fue descriptivo de cual es no experimental – transversal yaqué no se cambió la variable y de lo cual se recolecto los datos. Nos dice que en la actualidad muchas organizaciones tienen un alto nivel de competitividad entre ellas es por eso que a base de los procesos administrativos se puede caracterizar bien la misión, visión de la empresa y a la vez indicar cuales va ser sus objetivos planteados, de la mano con la innovación de la tecnología.

Otra tesis de Correa, F. y Velásquez, L. (2019) en la tesis sobre la Gestión administrativa y su relación con la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Chepen en la Universidad Cesar Vallejo. Su objetivo general es determinar si existe relación entre las variables gestión administrativa y la atención al usuario de la municipalidad provincial, teniendo como tipo y diseño correlacional no experimental al no manipular ninguna variable, se tomó una muestra de 380 usuarios, concluyendo que las variables mencionadas tienen relación con una significancia 0.00 lo cual indica que es menor al nivel de 0.05 con un coeficiente de Spearman .696 manifestando una positiva moderada correlación.

Según Bárdale, A. (2017) en la tesis titulada procesos administrativo y herramientas de gestión en la empresa Ventura Soluciones para conseguir ser Licenciada en Administración y Negocios internacionales de la Universidad Wiener de Lima, que nos indica que las etapas de los procesos son una herramienta importante para el administrador de lo cual ha ido cambiando con el tiempo. De lo cual nos dice que Fayol denominó operaciones a los procesos a seguir para alcanzar un objetivo. Estos procesos son fundamentales para lograr captar nuevas estrategias para alcanzar y cumplir con los objetivos de la empresa.

Se sabe que los procesos son importantes para cumplir con el rol de la empresa y así verificar como está avanzando la empresa y mejorar algunos aspectos según dicha evaluación.

Cabe mencionar a la vez que dentro de los procesos administrativos se tiene que relacionar también con la variable imagen corporativa de la empresa Herrera DKP, como nos dice Sucasaire, R (2019) en la tesis titulada La imagen corporativa y la satisfacción del cliente en el banco Interbank, tienda Huacho, 2018. Para adquirir ser profesional en Administración, su objetivo de esta tesis es determinar de qué manera la imagen corporativa influye en la satisfacción del cliente, su metodología de la investigación es de manera cuantitativo con diseño no experimental y su nivel de confiabilidad fue de un 0.957 entre las variable.

Como también nos informa Ferradas, O y Morales, J (2014) en la tesis Mejorar la imagen corporativa de la Cooperativa de Ahorro y crédito Nuestra Señora del Rosario utilizando la estrategia de desarrollo de marca en la Ciudad de Trujillo 2013. Tesis para adquirir ser Licenciado en administración. La presente tesis tiene como objetivos mejorar la imagen dentro la empresa para verificar que tan importante es la imagen en una organización.

Además Castillo, K y Llanos, E (2016) en la tesis Consecuencias de la falta de estrategias de Marketing de servicios en la imagen corporativa de la empresa Sedapar S.A. Arequipa, 2015. Su objetivo principal fue ver la influencia de la imagen y su

metodología fue correlacional para ver la relación entre las dos variables y ver qué tan importante en la imagen dentro la compañía.

Cabe mencionar que lo más fundamental para una empresa son los procesos administrativos como nos menciona la revista científica “Boletín científico de la Escuela Superior Atotonilco de Tula” que nos dice que los procesos administrativos se ha desarrollado como la base fundamental de la practica administrativa, generando conceptos teóricos para la necesidad de una empresa. Son fases o etapas que se tienen que llevar acabo en una empresa y por eso las 5 etapas serian planeación, organización, dirección y control.

Como cabe resaltar los procesos administrativos dentro de una empresa se tiene que tener claro, no tan solo se trata de que la empresa los realice si no también que los empleados lo tengan claro dentro de una organización para el mayor funcionamiento dentro de la empresa. Como nos menciona este artículo de la revista “Mundo Fesc” método Psicosociales que cambia en que ve la manera de cómo trabajan en base con Los Procesos de Gestión Administrativa y del Talento Humano de una Empresa, que nos dice que las empresas tienen que determinar cómo es su comportamiento y que grado de satisfacción presentan los empleados en dicha organización. Para eso se ve como gestionan los procesos dentro de la empresa sobre los empleados que teniendo en cuenta los empresarios necesitan el apoyo, conocimiento y habilidades de los empleados, pues que ellos son los que realizan las actividades dentro de la organización y para eso tienen que motivar a los empleados y ayudarlos a que mejoren su desempeño y sea más eficiente en su lugar de trabajo. (2015)

Para esto la empresa Herrera DKP que es una empresa de Ajustadores de Seguros, que realiza evaluaciones constantes sobre cómo van cumpliendo sus funciones, en cuestión del área de operaciones realiza evaluaciones a los controladores del área, que son los que se encargan de la inspecciones de la mercadería, aforo físico, acompañamiento con custodia de un almacén a otro y otras obligaciones según lo indicado por el jefe inmediato.

Otro punto que la empresa Herrera DKP lo ve como algo importante es la imagen de la empresa, como los clientes ven a la empresa según su responsabilidad para realizar los trabajos encomendados por los clientes. Ellos califican a la empresa según su grado de cumplimiento y que realicen un buen trabajo para esto un artículo científico nos habla de cómo generar una imagen corporativa para una empresa de la revista Razón y Palabra "Creación de la imagen Corporativa nos dice que el pensamiento que se tenía anteriormente sobre las empresas ha cambiado. La identidad es algo que le da valor a la empresa para que así se pueda construir una imagen de la cual termina siendo importante para la constitución de una empresa.

A la vez se sabe también que la imagen corporativa o la identidad de una empresa viene hacer el ADN de la organización, para eso nos muestra 2 parámetros lo que es y a que se dedica la empresa. Se entiendo por lo que es, que viene a ser a que se dedica la empresa en este caso Herrera DKP viene a ser su razón social, su organigrama de actividades, entre otra cosas. El segundo parámetro a que se dedica la empresa que en este caso es un Ajustador de seguros.

Nos menciona algo muy importante la revista científica de ciencias sociales "Gestión de la identidad corporativa, nos comenta que la identidad corporativa nos permite identificar las marcas y diferenciar su ADN como empresa, cuidar siempre la imagen corporativa es lo más esencial de toda organización, son atributos centrales y duraderos que definen a una organización a lo largo del tiempo y se distingue de una empresa a otra.

Esto es lo que quiero demostrar en esta investigación, que la imagen corporativa es importante para la organización y que si no se lleva acabo puede afectar el rendimiento de la organización y verse perjudicado.

Según la revista Mediterránea "Percepción, activos intangibles y stakeholders: modelo para el análisis de imagen corporativa" nos dice que la imagen de una empresa no puede ser solo sobre la identidad de la empresa, por su logo, por los colores corporativos si no también contando con la competencia y la imagen seria también una ventaja sobre la competitividad de una organización. No tan solo es aumentar la

publicidad de sus productos o aumentar nuevas estrategias para sus clientes, sino también que es necesario fomentar nuevos métodos de comunicación donde se vea una imagen tranquila y que fomente una mejora con los stakeholders y que su imagen sea un valor agregado para la empresa.

Si bien es cierto la imagen es importante para una compañía, es la primera impresión que un cliente tiene sobre cómo es la empresa, por eso según Cerna. G (2016), en la revista Ex Cathedra en negocios “Imagen y reputación corporativa” nos dice que la imagen de una organización que se forma por medios de experiencias indirecta y directas de los empleados en la organización y se desarrollan corporativamente para una buena vista de los clientes sobre cómo se puede identificar con la empresa y enfocar claramente lo que la empresa quiere que las personas vean sobre cómo son como organización.

Para dar mayor información a nuestro trabajo de investigación se obtuvo cierta información de productos académicos como revistas e incluso tesis previos a nuestro producto de exploración por lo que las citaremos de manera clara y precisa en los siguientes párrafos.

Jorge R. Tiznado I. (2014), Tesis sobre “Mejorar los Procesos Administrativos de la Empresa” nos comenta sobre la estructura y sus procesos administrativos, así mismo nos menciona que una estructura rígida, generando ineficiencia y pérdida de tiempo, también existen varios casos que se tienen que mejorar de acuerdo a las etapas de los procesos administrativos y ver qué es lo que impide que las áreas de la organización cumplan con sus funciones e incluir una mejora de acuerdo a los procesos administrativos y que no sea tan aburrido, si no también involucrar a todos los trabajadores para que generen eficiencia.

Otra tesis Nacional nos comenta más sobre lo importante que es tener en claro para una empresa sobre los procesos administrativos y es porque Sandra M. Barrera H. Y Enma L. Valverde C. (2014), tesis sobre “Estrategia de Procesos Administrativos en la Estructura Organizacional y su Influencia en los trabajadores de la Empresa CORPACC E.I.R.L.” esto nos dice que tan importante es que los trabajadores tengan

bien en claro cuáles son los procesos administrativos en la cultura organizacional y es por eso que se implementó de manera estratégica la empresa crezca aplicando los cuatro procesos y se pueda trabajar en equipo.

Según la variable independiente de los procesos administrativos como nos comenta en el artículo científico de Del Río F, & Candelas M, & Farrand J (2007). Diseño de Estrategias de Aprendizaje con Enfoque en el Proceso Administrativo que nos dice que se debería también aplicar en estrategias de aprendizaje en diferente áreas de la organización, a la vez que sus 4 fases importantes son importantes en el proceso porque con eso los gerentes aplicarías nuevas estrategias con el apoyo de un modelo específico y esto genere que la empresa sea más rentable y aparte un buen clima laboral dentro de la organización.

Una de las dimensiones que nos presenta la variable independiente de los procesos administrativos es la planeación como nos comenta Sánchez I (2017). En un artículo científico sobre La planeación estratégica en el Sistema de Salud cubano. MEDISAN que nos dice que la planeación es una estrategia para que dentro de las empresas comienzan con tomar las decisiones adecuadas sobre que quieren para la empresa, en base a un problema específico o cambios de la organización se tiene que empezar con la toma de decisión de que quieren planificar para mejor la organización.

Otras de la dimensiones es la Organización donde en una artículo científico de Rivas L (2002). NUEVAS FORMAS DE ORGANIZACIÓN nos menciona que existen algunos métodos para la organización de las empresas como la organización horizontal, en red, celular y la virtual que son importantes en las organizaciones para una mejora para la empresa.

A la vez otra dimensión es la dirección como nos comenta Hernández Mendoza, J. (2019). Etapas del Proceso Administrativo. *Boletín Científico De La Escuela Superior Atotonilco De Tula que nos dice que la dirección más se centra en la forma como los de alta gerencia disponen en delegar sus órdenes y coordinar con los trabajadores para que realicen mejor su función.*

Y por último la dimensión es de controlar que nos comenta que para asegurar todos los procesos que se vean en los planes y objetivos de la empresa, que consiste en la

evaluación de toda la información y el desempeño de los trabajadores, es una manera de supervisar que estén realizando un buen trabajo.

Como se puede mencionar sobre la imagen corporativa y se sabe que es de una gran importancia la imagen de una empresa como nos menciona en la revista científica de Bravo Gil, Rafael, & Matute Vallejo, Jorge, & Pina Pérez, José M. (2016). Revista Gestión de la identidad corporativa que nos dice lo importante de una imagen en una organización y lo que esto representa para el desempeño e imagen de los clientes sobre la empresa.

A la vez en revista internacional sobre la imagen corporativa de da Costa P, & Queirós, C & Bessa R (2017). THE IMAGE OF A PUBLICLY TRADED UNIVERSITY nos dice que la imagen es como un filtro que influye bastante en el público, que es demasiado importante para que distinga a la empresa y lo puedan visualizar en el mercado y a la vez es de alta ventaja ante la competitividad entre las empresas.

Cabe mencionar sobre las teorías relacionadas al tema sobre mi primera variable Procesos administrativos de lo cual es la variable independiente podemos decir que según Cano C. (2017). La Administración y El Proceso Administrativo, Colombia. Nos dice de la importancia que es conocer bien claro los cuatro procesos administrativos dentro de la empresa y mencionar cada una de ellas de manera específica para que tenga en conocimiento lo que significa cada una de ellas y puedan realizar las funciones correspondientes.

También nos comenta Chiavenato I (2001) en su libro titulado Administración Proceso administrativo donde nos indica que los procesos se llevan a cabo de manera diferente según la empresa que lo requiera, cabe mencionar que nos detalla que los cuatro procesos son importante pero según la empresa algunos son más importantes que otros y se tiene que especificar cuáles.

Por ultimo tenemos a Córdova R. (2012) Procesos Administrativo que nos dice que los procesos nos permiten a cumplir con los objetivos, su misión de la empresa. La importancia de los procesos de forma general y los pasos o etapas para realizar y cumplir con las metas ya planteadas.

Otras de mis variables es Imagen Corporativa que es mi variable dependiente de lo cual también nos menciona Capriotti P. (2013). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*, que nos dice que la imagen es la clave fundamental en una organización, como los clientes van a ver la empresa y nos indica la importancia de una buena imagen dentro de la organización.

A la vez también nos indica Jiménez A, Rodríguez I. (2011). *Comunicación e imagen Corporativa*. Barcelona, que nos dice que la importancia de la comunicación dentro de la organización, para realizar y tener una imagen adecuada, los pasos a seguir para una buena imagen.

Y por último Lorenzo, M (2016) Imagen corporativa nos dice que la imagen es la parte general de la empresa como se dice es la mente de los clientes es por eso que en una empresa se tiene que construir una identidad para la empresa.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Se utilizó el método hipotético deductivo, porque según Cegarra, (2011) se utiliza por que es un metodo en el cual se identidica la existencia de un problema, a la vez se crean hipotesis sobre la existencia del problema.(p. 82).

Enfoque: Cuantitativo

Hernández, Fernández y Baptista (2014), indican: que el método cuantitativo hace uso de la estadística para procesar los datos obtenidos y generar los resultados para realizar el respectivo análisis (p. 4). En tal sentido, del análisis realizado se efectuaron estadísticas durante el proceso de información, utilizándose la estadística descriptiva e inferencial.

Tipo: Aplicada

Sánchez y Reyes (2006) precisan que este tipo de estudio “se refiere por recolectar datos de diferentes autores y aplicarlos en la investigación con conocimientos teóricos.” (p. 37).

De acuerdo a la investigación según sus autores de las variables de la investigación y mejorar los estudios planteados de acuerdo a los resultados y la relación que existe entre las variables.

Nivel: Correlacional

Como nos señala Hernández, Fernández y Baptista (2014) se relacionan variables y se busca establecer el grado entre las variables (p. 81). Es decir, que se va verificar la relación entre las variables que serían procesos administrativos e imagen corporativa.

Diseño no experimental y transversal

La investigación tuvo un diseño no experimental, porque se estudiaron las variables sin manipularlas; y transaccional o de corte transversal, porque se recolectaron los datos en un determinado momento (Hernández Fernández y Baptista, 2014, p. 128). Quiere decir que según mi investigación no se va manipular ninguna de mis variables y se va seguir con las teorías según los autores y de corte trasversal porque se hizo en un determinado momento según investigación y la recolección de datos.

Descriptivo:

A la vez se indica que tiene un diseño descriptivo como nos indica Marroquín R. (2012) sobre la metodología de investigación que dice que es una manera de describir las variables de mi investigación y también se describe una realidad.

3.2. Variables y Operacionalizacion

Variable 1: PROCESOS ADMINISTRATIVOS (Independiente) Cuantitativo

Según Blandez M. (2016), nos dice: los administradores son los responsables de realizar los cuatro procesos fundamentales y a la vez al interior de las organizaciones se realiza variadas estrategias para realizar con los objetivos planteados por la organización. Y por último se verifica que cumplan los objetivos y la perspectiva cultural de que las empresas tienen distintas creencias y culturas y que nos habla del comportamiento de la personas dentro de una organización.

Variable 2: Imagen Corporativa (Dependiente) Cuantitativo

Aguilar S, Salguero R y Barriga S. (2017) nos dice que La imagen está íntimamente relacionada con el posicionamiento pues su utilización es principalmente utilizada en

las estrategias de diferenciación de la marca y la competencia, teniendo en cuenta que la imagen proyectada no siempre será aceptada como la verdadera identidad de la organización.

3.3. Población

Bernal (2016), afirma que la población es el total del área de una empresa sobre el trabajo de investigación que voy a realizar es decir es la cantidad exacta de una área de la cual voy a realizar la investigación. (p. 161).

De acuerdo a las afirmaciones y objetivos del trabajo de investigación, la población estuvo constituida por el área de Operaciones, que consta de 30 subordinados de la zona de Operaciones de la Empresa Herrera DKP Ajustadores de Seguros, San Miguel- Lima.

- **Criterios de Inclusión:**

Dicha investigación se consideró a 30 trabajadores del área de Operaciones ya que son las personas correctas para el correcto trabajo de investigación y a la vez son personas que se encuentra trabajando dentro de la empresa Herrera DKP-Ajustadores de Peritos y Seguros.

- **Criterios de Exclusión:**

Se tiene que incluir a trabajadores que no pertenecen al área de operaciones ya que dicha investigación no se tomara en cuenta los conocimientos de dicho trabajadores por que no podrían completar el cuestionario de manera normal, en este caso las áreas excluidas serian área de administración y área de liquidación.

Muestreo

Se indica que este trabajo se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia y de forma Censal.

Según Salinas A (2004) donde nos indica que el muestreo no probabilístico también se conoce como muestreo por conveniencia, como indica son personas elegidas que puedan responder a tus preguntas.

A la vez es de manera Censal porque se utilizó a toda la población por determinación de la empresa.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica: Encuesta

Se consideró para esta investigación la técnica de la encuesta donde se realizaron preguntas sobre los procesos administrativos y su relación con la Imagen corporativa de la empresa Herrera DKP San Miguel 2019.

Para Hurtado, Kuznik y Espinal (2010), la encuesta es una técnica que nos ayuda para recolectar los datos donde se proporciona preguntas relevantes del trabajo de investigación (p. 317).

Instrumento: Cuestionario

Para la recaudación de los datos se realizó un pequeña encuesta que se evalúa a la muestra del área de operaciones para saber sus criterios con respecto al tema a investigar.

Bernal (2016), nos dice que una encuesta está compuesto por preguntas que nos ayudan a obtener resultados sobre el trabajo de investigación. (p. 250).

El instrumento de la investigación cuenta con 23 preguntas; de ellas 12 son para la primera variable X "Procesos Administrativos" y las otras 11 son de la segunda variable Y "Imagen Corporativa", la encuesta estuvo dirigido a los empleados de la zona de Operaciones de la empresa Herrera DKP San Miguel - 2019.

Validez

Para Hernández et al. (2014), la validez es el porcentaje de la medición de las variables del trabajo de investigación. (p. 200).

Es por eso que se utilizó para el trabajo de investigación que fue aprobado a juicio de expertos del tema, de acuerdo a la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración de Empresas de la Universidad Cesar Vallejo – Filial Callao, los que aceptaron el instrumento fueron los siguientes:

- a) Mg. Braulio Castillo Canales
- b) Mg. Hans Mejía Guerrero
- c) Dra. Odoña Beatriz Panche Rodríguez

Ficha técnica

Instrumento : Cuestionario
Autores : Trabajadores del área de Operaciones.
Fecha de aplicación : 2020
Objetivo : Medir los Procesos administrativos.

Detalle del instrumento:

El cuestionario consta de 12 preguntas, y evalúa cuatro dimensiones: Planeación, Organización, Dirección y Control utilizando la escala de Likert: (5) Totalmente de acuerdo, (4) De acuerdo, (3) Indeciso, (2) En desacuerdo, (1) Totalmente en desacuerdo.

Ficha técnica

Instrumento : Cuestionario
Autores : Trabajadores del área de Operaciones.
Fecha de aplicación : 2020
Objetivo : Medir la Imagen corporativa.

Detalle del instrumento:

El cuestionario consta de 11 preguntas, y evalúa cuatro dimensiones: Comunicación corporativa, Públicos de interés, Identidad corporativa y Reputación Online utilizando la escala de Likert: (5) Totalmente de acuerdo, (4) De acuerdo, (3) Indeciso, (2) En desacuerdo, (1) Totalmente en desacuerdo.

Confiabilidad

Bernal (2016), indica que la confiabilidad fue ejecutado sobre el método de Alfa de Cronbach y recolectando los datos mediante un cuestionario y a la vez medirlo mediante el SPSS 25. (p. 247).

Correspondiendo a los 30 empleados de la zona de operaciones de la empresa Herrera DKP – San Miguel 2019 en un total de 23 preguntas.

Fiabilidad del Instrumento

Tabla 1: Procesar Casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	30	100,0

a. para ser eliminado por la lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 2: Fiabilidad de la variable Procesos Administrativos

Alfa de Cronbach	# de elementos
,930	12

En la tabla 2, se evidencia el coeficiente de alfa de cronbach para la variable de procesos administrativos, con un valor de ,930.

Tabla 3: confiabilidad de la variable Imagen Corporativa

Alfa de Cronbach	# de elementos
,922	11

Respecto a la tabla 3, se muestra el coeficiente de fiabilidad para la variable de imagen corporativa, siendo este coeficiente muy elevado con un valor de ,922.

Tabla 4: Fiabilidad de las variables

Alfa de Cronbach	# de elementos
,961	23

En la tabla 4, se puede observar un coeficiente de fiabilidad cuyo valor es ,961 para ambas variables, evidenciando una alta fiabilidad del instrumento.

3.5. Procedimiento

La recolección de datos se realizó en la empresa Herrera DKP Ajustadores de Peritos y seguros de San Miguel – 2019.

En primer lugar se dirigió a solicitar autorización a los responsables de la empresa Herrera DKP en San Miguel, la cual fue aceptable por el área de administración, procediéndose a realizar la aplicación de los instrumentos a los trabajadores, previa

autorización. Terminado el proceso de recolección de información se efectuó el tratamiento estadístico pertinente.

3.6. Métodos de análisis de datos

El trabajo de investigación de enfoque cuantitativo luego de recolectar los datos de tu instrumento y vaciado a una base de datos en Excel, posterior a eso fue registrado al programa del SPSS versión 26.

Los resultados descriptivos fueron presentados en tablas y gráficos de barra de acuerdo al objetivo de estudio. Para ver las hipótesis se utilizó la Prueba Chi Cuadrado, presentando los resultados en tablas.

A la vez siguiente estudio se realizó mediante el programa SPSS 26, se utilizó el Alfa de Cronbach que sirve para poder medir la confiabilidad que tienen entre mis variables y por último el Juicio de los Expertos para la validación de mis preguntas.

3.7. Aspectos éticos

Para la elaborar dicho estudio se respetó los siguientes puntos:

✓ **Utilización de la información:**

Se consideró de manera respetuosa la identidad de cada colaborador de la empresa y no se utilizó la información para otros fines, solo para el estudio realizado

✓ **Valor social:**

Los trabajadores que participaron en la encuesta, no fueron tomadas por obligación sino por voluntad propia de ellos mismo son los trabajadores de la zona de operaciones de la empresa Herrera DKP – San Miguel.

✓ **Validez científica:**

Toda información obtenida en este trabajo de investigación por otros autores, esta adecuadamente citada con las fuentes correspondientes, además todo esta detallado tal cual como está citando el autor para evitar cualquier divulgación de plagio. De lo cual se confirma que la validez teórica es la adecuada.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

4.1.1. Procesos Administrativos

Tabla 5: Procedimientos Administrativos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Deficiente	2	6,7	6,7
	Regular	3	10,0	16,7
Válido	Bueno	22	73,3	90,0
	Excelente	3	10,0	100,0
	Total	30	100,0	

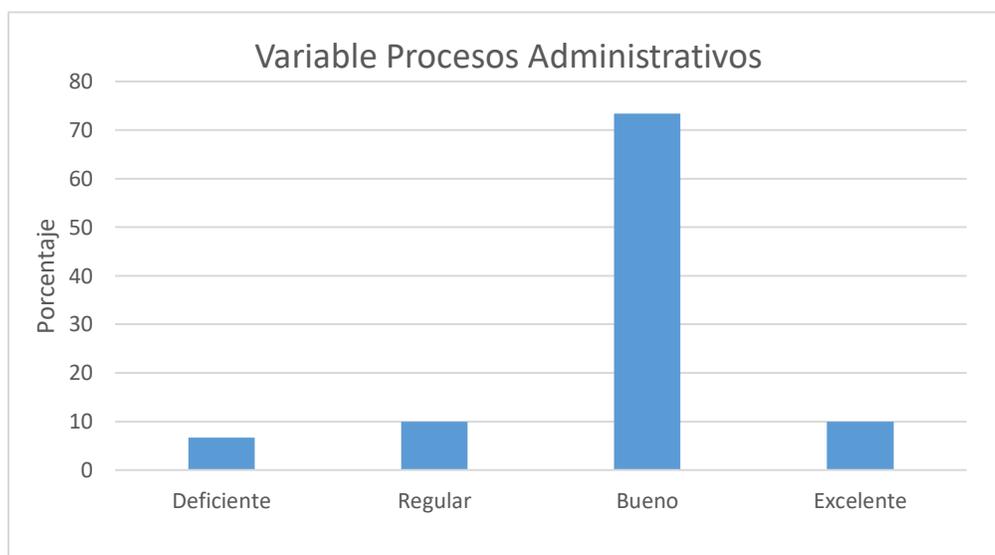


Figura 1: Procesos administrativos

Respecto a la tabla 5 y figura 1, se decidió que el nivel de aceptación por parte de los encuestados respecto a los procesos administrativos es de un nivel bueno con un 73,33% en cambio según lo preestablecido quedo en un 10,00 % que es excelente y regular, y finalmente por un 6,67% que pertenecen a la categoría de deficiente.

Tabla 6: Planeación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Deficiente	4	13,3	13,3
	Regular	1	3,3	16,7
Válido	Bueno	24	80,0	96,7
	Excelente	1	3,3	100,0
	Total	30	100,0	

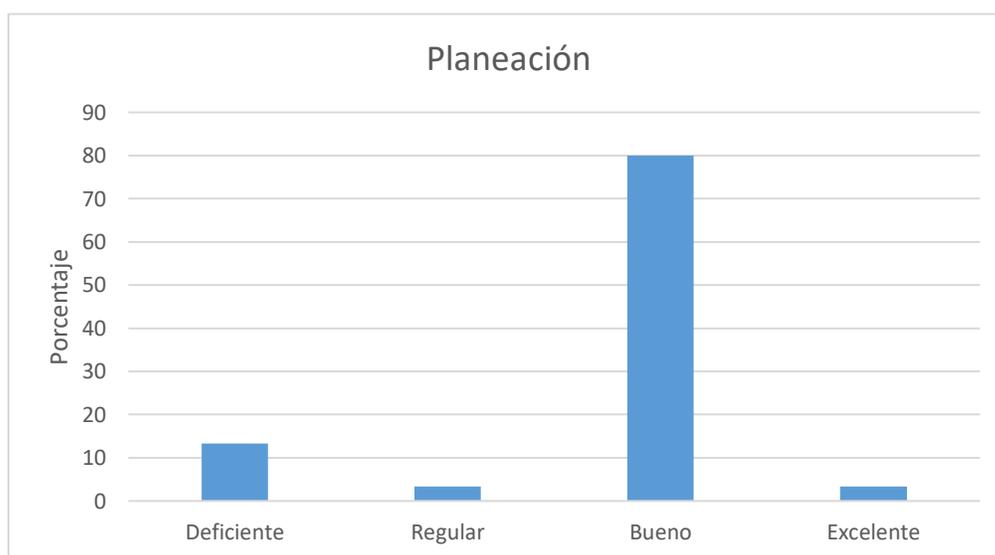


Figura 2: Planeación

Respecto a la tabla 6 y figura 2, se aprecia que como resultado de la aplicación del instrumento, un 80% obtuvo buenos puntajes respecto a la dimensión 1 de planeación, mientras que solo un 13,33% obtuvieron un deficiente puntaje y en cambio se obtuvo un puntaje de 3.33% excelente y a la vez también lo obtuvo de manera regular.

Tabla 7: Organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	3,3	3,3	3,3
	Regular	7	23,3	23,3	26,7
	Bueno	22	73,3	73,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	



Figura 3: Organización

En relación a la tabla 7 y figura 3, se mira que un 73,33% obtuvo buenos puntajes, mientras que solo un 23,33% obtuvieron puntajes regulares, 3,33% deficientes y en cambio no se aprecia el rango excelente ya que no obtuvieron ningún porcentaje con respecto a la dimensión 2 de organización.

Tabla 8: Dirección

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	2	6,7	6,7	6,7
	Regular	4	13,3	13,3	20,0
	Bueno	24	80,0	80,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

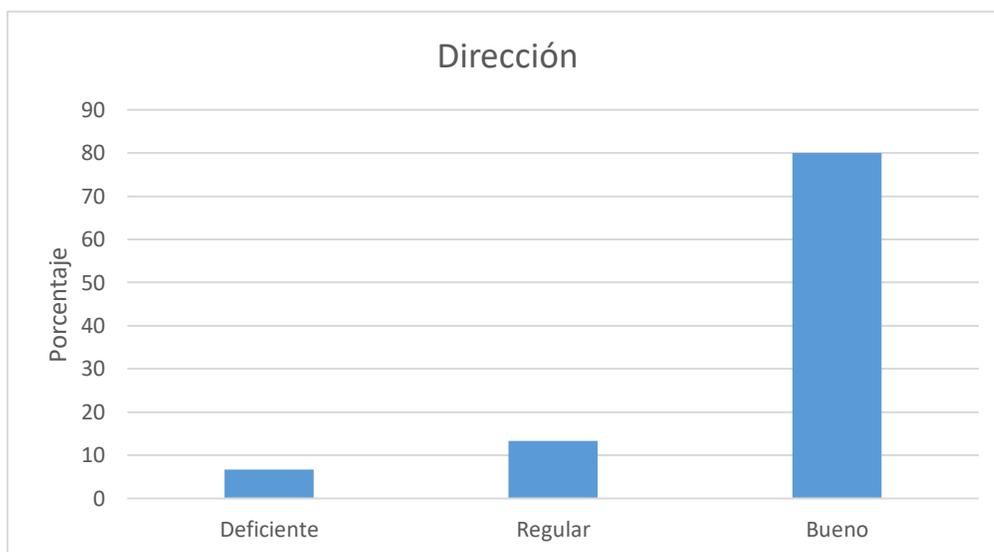


Figura 4: Dirección

En cuanto a la tabla 8 y la figura 4, se muestra que un 80% obtuvieron puntuaciones correspondientes al rango de bueno, mientras que un regular de 13,33% y solo un 6,67% obtuvieron un puntaje deficiente, de lo cual también se puede apreciar que del rango excelente no se obtuvo ningún porcentaje, respecto a la dimensión 3 que corresponde a dirección.

Tabla 9: Control

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	6	20,0	20,0	20,0
	Bueno	11	36,7	36,7	56,7
	Excelente	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

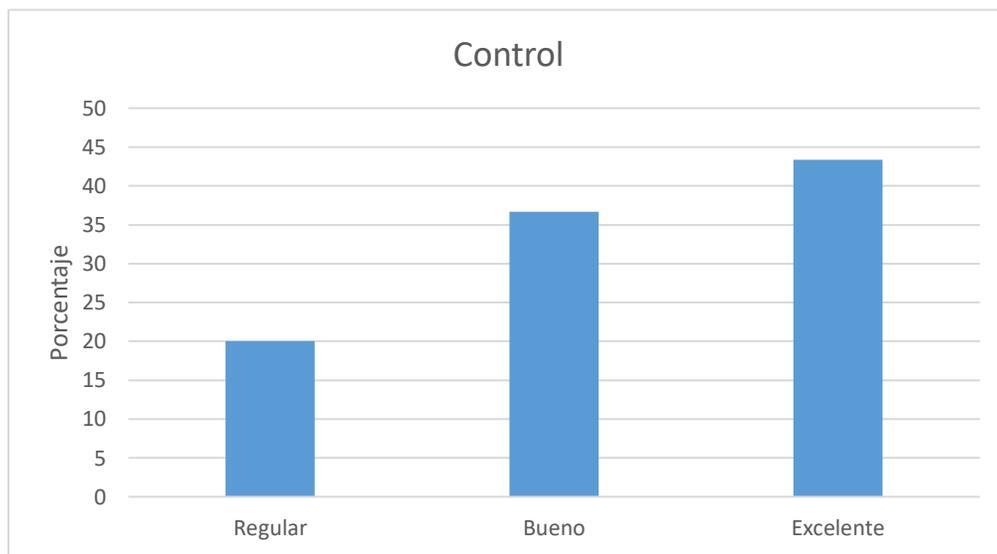


Figura 5: Control

En la tabla 9 y la figura 5, se puede verificar un 43,33% obtuvieron puntajes excelentes, por otro lado se observa que un 36,67% obtuvo un puntaje bueno y solo un 20% obtuvieron un puntaje regular, de lo cual se puede verificar que el rango de deficiente no lo tomaron en cuenta por los encuestados y todo ello corresponde a la dimensión 4 de control.

4.1.2. Imagen Corporativa

Tabla 10: Imagen corporativa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Débil	3	10,0	10,0
	Débil	2	6,7	6,7
	Fuerte	19	63,3	63,3
	Muy Fuerte	6	20,0	20,0
	Total	30	100,0	100,0

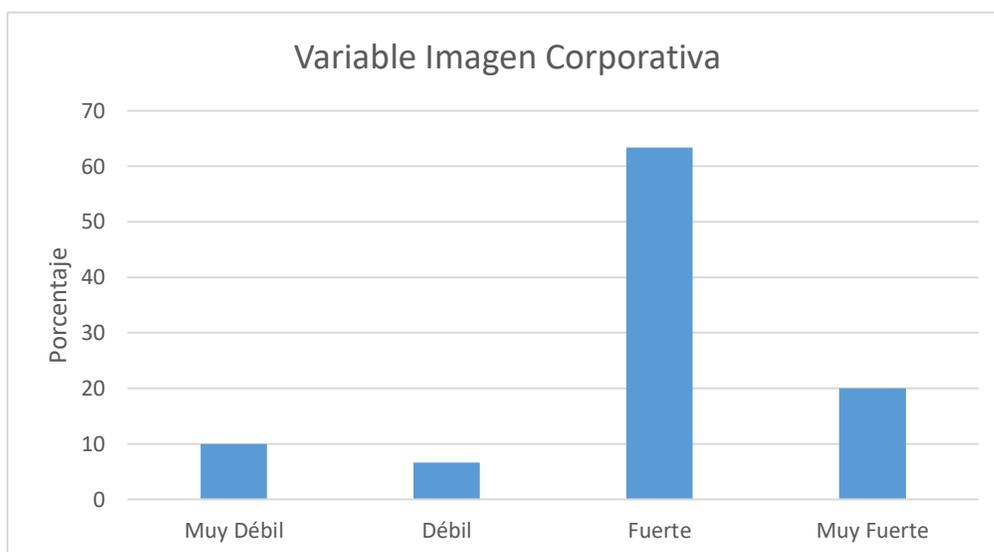


Figura 6: Imagen Corporativa

En la tabla 10 y figura 6, se menciona que hay una alta aceptación por parte de los encuestados en referencia a la variable de imagen corporativa, siendo un 63,33% perteneciente a la categoría de fuerte como se observa en el diagrama, además existe un 20% que pertenece a la categoría de muy fuerte y, por otra parte se observa un 10% que obtuvo un puntaje denominado muy débil y un 6.67% del rango débil.

Tabla 11: Comunicación Corporativa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Débil	3	10,0	10,0	10,0
	Débil	6	20,0	20,0	30,0
	Fuerte	21	70,0	70,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

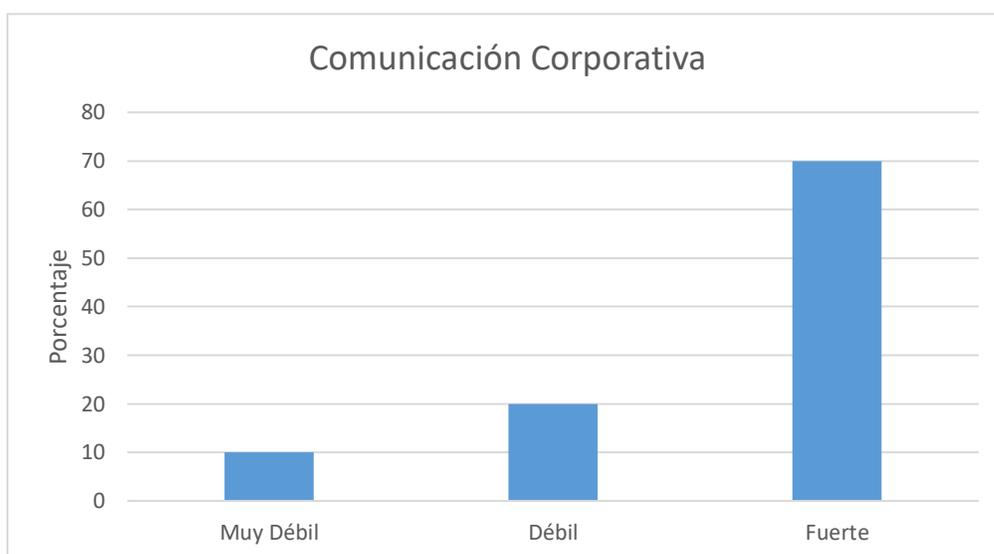


Figura 7: Comunicación Corporativa

En la tabla 11 y figura 7, se puede ver un 70% obtuvieron puntajes que se ubican en la categoría de fuerte, por otro lado se observa que un 20% obtuvo un puntaje débil y solo un 10% obtuvieron un puntaje muy débil, todo ello corresponde a la dimensión 1 de comunicación corporativa de la variable de imagen corporativa.

Tabla 12: Públicos de Interés

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Débil	4	13,3	13,3
	Débil	5	16,7	30,0
	Fuerte	11	36,7	66,7
	Muy Fuerte	10	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0

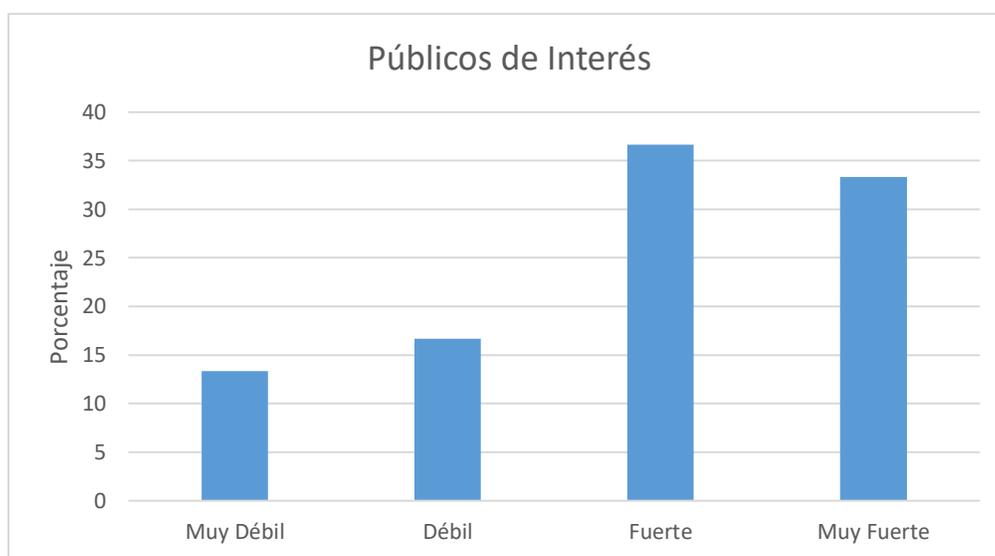


Figura 8: Públicos de Interés

En la tabla 12 y figura 8, se aprecia un 33% de los empleados se encuentran dentro de la categoría de muy fuerte, además que el 36,67% pertenece a fuerte, seguido de un 16,67% que lo representa la categoría débil y por último un 13,33% que obtuvieron un puntaje muy débil correspondiendo a la segunda dimensión de la variable de imagen corporativa.

Tabla 13: Identidad Corporativa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Débil	3	10,0	10,0
	Débil	11	36,7	46,7
	Fuerte	16	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0

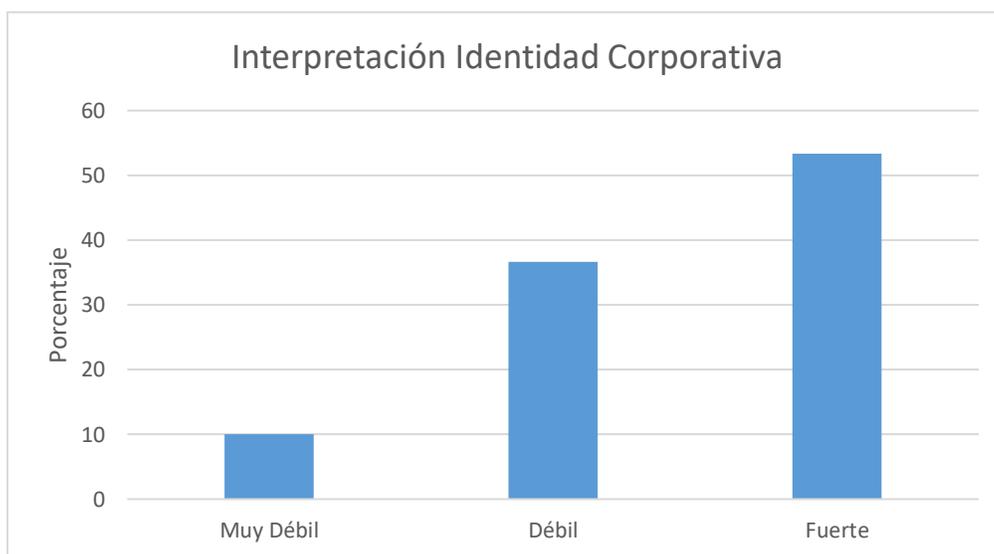


Figura 9: Identidad Corporativa

En la tabla 13 y figura 9, se aprecia un 53,33% de los empleados se encuentran dentro de la categoría de fuerte, además que el 36,67% pertenece a la categoría de débil y por último un 10% que obtuvieron un puntaje muy débil correspondiendo a la tercera dimensión de la variable de imagen corporativa.

Tabla 14: Reputación Online

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Débil	5	16,7	16,7
	Débil	2	6,7	23,3
	Fuerte	20	66,7	90,0
	Muy Fuerte	3	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0

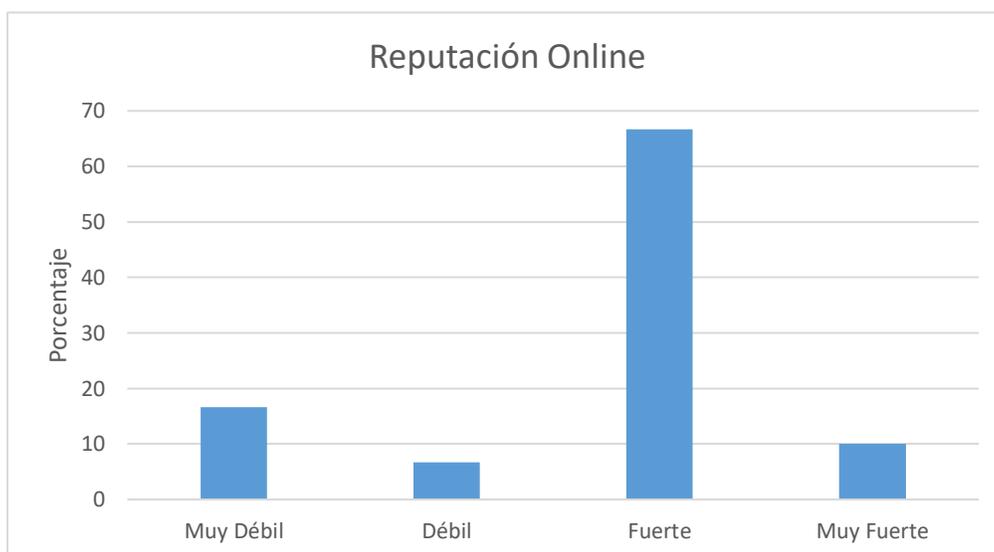


Figura 10: Reputación Online

En la tabla 14 y figura 10, se aprecia solo un 10% de los empleados han obtenido puntuaciones dentro del rango de muy fuerte, además el 66,67% obtuvieron puntajes dentro de la categoría fuerte a la vez se obtuvo solo un 6,67% obtuvieron un puntaje débil y por ultimo un 16,67% obtuvieron un puntaje la categoría muy débil, correspondiendo a la cuarta dimensión de la variable de imagen corporativa.

4.2. Prueba de hipótesis

Esta investigación se han planteado hipótesis donde se busca afirmar o negar las mismas, para eso se va utilizar el chi-cuadrado debido que se va medir la relación que hay entre las dos variables, que pertenecen en este caso a un nivel ordinal, esto quiere decir que si sale que la relación sean más cercanos a 1 y su significancia sea menos de 0.05, será más fuerte su relación.

4.2.1. Prueba hipótesis general

Tabla 15: Tabla cruzada entre las variables

		Imagen Corporativa				Total	
		Muy Débil	Débil	Fuerte	Muy Fuerte		
Procesos Administrativos	Deficiente	Recuento	2	0	0	0	2
		% del total	6,7%	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%
	Regular	Recuento	1	2	0	0	3
		% del total	3,3%	6,7%	0,0%	0,0%	10,0%
	Bueno	Recuento	0	0	17	5	22
		% del total	0,0%	0,0%	56,7%	16,7%	73,3%
	Excelente	Recuento	0	0	2	1	3
		% del total	0,0%	0,0%	6,7%	3,3%	10,0%
Total	Recuento	3	2	19	6	30	
	% del total	10,0%	6,7%	63,3%	20,0%	100,0%	

En la tabla 15, se puede observar una tabla entre las variables, por medio de las cuales se puede afirmar que 17 trabajadores, siendo un 56,7% obtuvieron un puntaje bueno en la variable de procesos administrativos y ocuparon la categoría de fuerte en la variable de imagen corporativa.

La hipótesis general planteada fue:

H_a: Existe relación entre los procesos administrativos y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.

H₀: No existe relación entre los procesos administrativos y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.

Para comprobar la hipótesis se deduce:

Si el X^2_c es superior que el X^2_t se va aceptar la H_a y se rechaza la H₀, pero si fuera al revés que X^2_t fuese superior que X^2_c se va aceptar la H₀ y se rechaza la H_a. Hipótesis nula (H₀), Hipótesis alterna (H_a).

Nivel de Significancia: 0.05

Del Chi cuadrado de Pearson se va verificar una variable independiente representativa y la variable dependiente representativa tenemos que:

De Chi cuadrado de Pearson: $0.000 < 0.05$

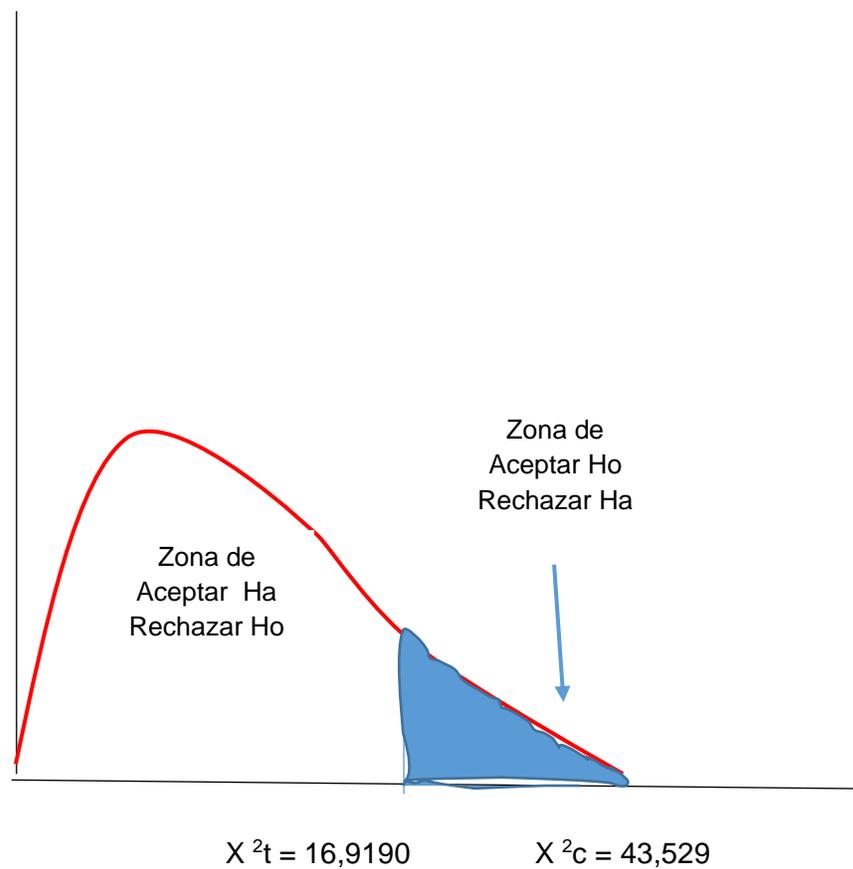
Tabla 16: Prueba de chi cuadrado para la hipótesis general

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	43,529 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	30,097	9	,000
Asociación lineal por lineal	17,575	1	,000
N de casos válidos	30		

a. 15 casillas (93,8%) se ha esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,13.

Existencia: El valor de Chi cuadrado, es $X^2_c = 43,529$, y el valor teórico es $X^2_t = 16,9190$, con el 95%, de nivel de confianza y 9 grados de libertad, entonces se puede decir que si tiene la relación de orden $X^2_t < X^2_c$. En efecto se rechaza la hipótesis nula H_0 . Se concluye que si hay relación directa entre las variables.

Significación: el criterio de tomar decisión de P-valor, que da el valor de $P\text{-valor} = 0,000 < 0.05$, con una significación $\alpha = 0.05$.



Prueba de hipótesis específica 1

Tabla 17: Prueba de chi cuadrado para la hipótesis general

		Imagen Corporativa					Total
		Muy Débil	Débil	Fuerte	Muy Fuerte		
Planeación	Deficiente	Recuento	3	1	0	0	4
		% del total	10,0%	3,3%	0,0%	0,0%	13,3%
	Regular	Recuento	0	1	0	0	1
		% del total	0,0%	3,3%	0,0%	0,0%	3,3%
	Bueno	Recuento	0	0	18	6	24
		% del total	0,0%	0,0%	60,0%	20,0%	80,0%
	Excelente	Recuento	0	0	1	0	1
		% del total	0,0%	0,0%	3,3%	0,0%	3,3%
Total	Recuento	3	2	19	6	30	
	% del total	10,0%	6,7%	63,3%	20,0%	100,0%	

De acuerdo a la tabla 17, se puede observar una tabla cruzada donde interviene la dimensión de planeación y la variable de imagen corporativa, por medio de la cual se puede afirmar que 18 trabajadores obtuvieron un puntaje de 60% que los ubica en las categorías de bueno y fuerte en cuando a la dimensión y a la variable mencionada respectivamente y solo 3 trabajadores con un 10% que se ubican en la categoría de muy débil y deficiente a la vez.

H_a: Existe relación entre la planeación y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.

H₀: No existe relación entre la planeación y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.

Se va indicar como la hipótesis se va definir:

Si el X^2_c es superior que el X^2_t se va aceptar la H_a y se rechaza la H₀, pero si fuera al revés que X^2_t fuese superior que X^2_c se va aceptar la H₀ y se rechaza la H_a. Hipótesis nula (H₀), Hipótesis alterna (H_a).

Una Significancia: 0.05

Del Chi cuadrado de Pearson entre una variable dependiente representada y la dimensión de planeación de la variable independiente de proceso administrativo representada tenemos que:

De Chi cuadrado de Pearson: $0.000 < 0.05$

Tabla 18: Prueba de chi cuadrado para la hipótesis específica 1

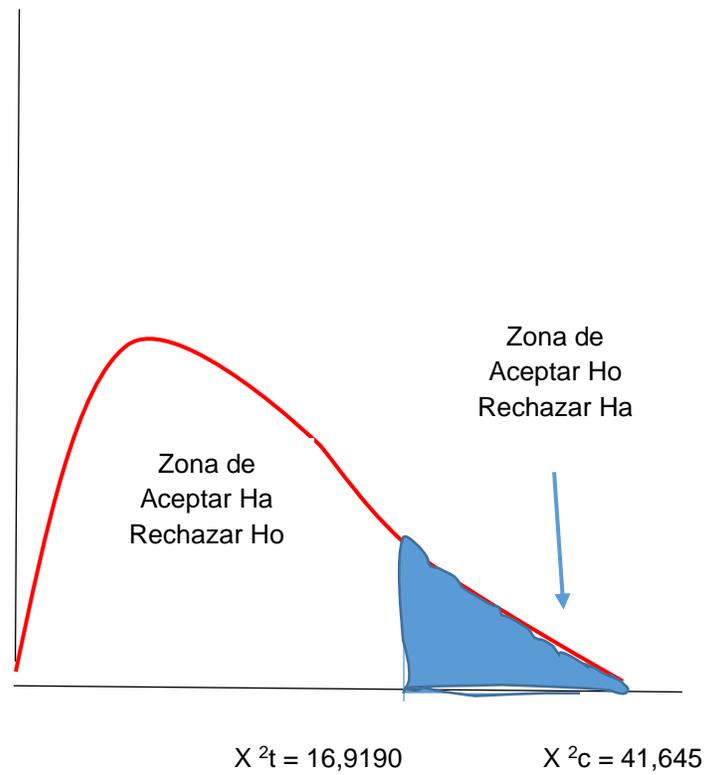
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	41,645 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	29,827	9	,000
Asociación lineal por lineal	19,254	1	,000
N de casos válidos	30		

a. 15 casillas (93,8%) se ha esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,07.

Existencia: El valor de Chi cuadrado, es $X^2_c = 41,645$, y el valor teórico es $X^2_t = 16,9190$, con el 95%, de nivel de confianza y 9 grados de libertad, esto quiere decir que si tienen

Relación de orden $X^2_t < X^2_c$. En efecto se rechaza la hipótesis nula H_0 . Finalmente se dice que si tiene relación directa entre las variables.

Significación: el criterio de P-valor, proporciona el valor de $P\text{-valor} = 0,000 < 0,05$, con nivel de significación $\alpha = 0,05$.



Prueba de hipótesis específica 2

Tabla 19: Tabla cruzada entre la dimensión Organización y la variable de Imagen corporativa

		Imagen Corporativa				Total	
		Muy Débil	Débil	Fuerte	Muy Fuerte		
Organización	Deficiente	Recuento	1	0	0	0	1
		% del total	3,3%	0,0%	0,0%	0,0%	3,3%
	Regular	Recuento	2	2	2	1	7
		% del total	6,7%	6,7%	6,7%	3,3%	23,3%
	Bueno	Recuento	0	0	17	5	22
		% del total	0,0%	0,0%	56,7%	16,7%	73,3%
Total	Recuento	3	2	19	6	30	
	% del total	10,0%	6,7%	63,3%	20,0%	100,0%	

En la tabla 19, se puede observar una tabla cruzada de la dimensión de organización y la variable de imagen corporativa, por medio de la cual se puede afirmar que un total de 22 trabajadores obtuvieron un puntaje bueno en la dimensión organización y a su vez pertenecían a las categorías de fuerte y muy fuerte de la variable de imagen corporativa.

H_a: La organización tiene relación con la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.

H₀: La organización no tiene relación con la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.

Se dice que la hipótesis se define así:

Si el X^2_c es superior que el X^2_t se va aceptar la H_a y se rechaza la H_0 , pero si fuera al revés que X^2_t fuese superior que X^2_c se va aceptar la H_0 y se rechaza la H_a . Hipótesis nula (H_0), Hipótesis alterna (H_a).

Una Significancia: 0.05

Del Chi cuadrado de Pearson entre una variable dependiente representada y la dimencion organización de la variable independiente procesos administrativos, representada tenemos que:

De Chi cuadrado de Pearson: $0.000 < 0.05$

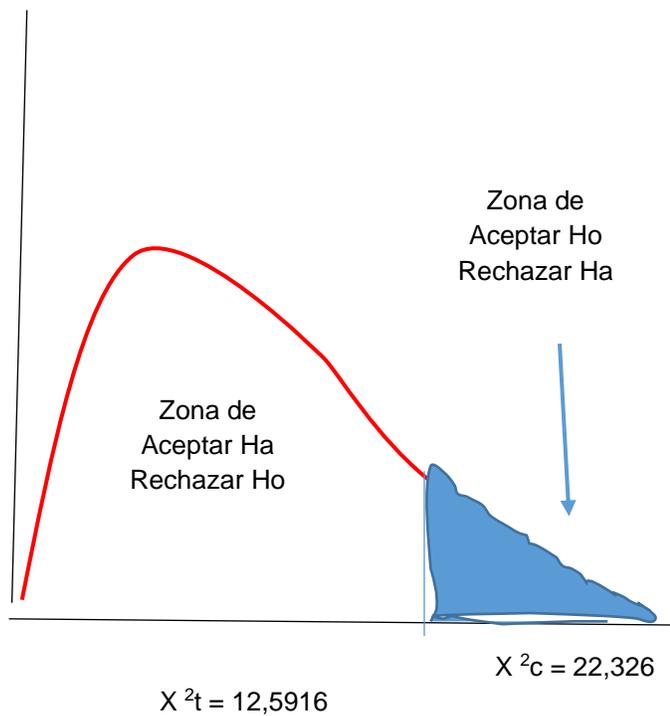
Tabla 20: Prueba de chi cuadrado para la hipótesis específica 2

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22,326 ^a	6	,001
Razón de verosimilitud	18,811	6	,004
Asociación lineal por lineal	12,409	1	,000
N de casos válidos	30		

a. 11 casillas (91,7%) que ha esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,07.

Existencia: El valor de Chi cuadrado es $X^2_c = 22,326$, y el valor teórico es $X^2_t = 12,5916$, con el 95%, de nivel de confianza y 6 grados de libertad, entonces se dice que se cumple la relación de orden $X^2_t < X^2_c$. por lo tanto se rechaza la hipótesis nula H_0 . Finalmente hay relación directa entre las variables de estudio.

Significación: el criterio de tomar decisión de P-valor, proporciona el valor de P-valor = $0,001 < 0.05$, con nivel de significación $\alpha = 0.05$.



Prueba de hipótesis específica 3

Tabla 21: Tabla cruzada entre la dimensión Dirección y la variable de Imagen corporativa

		Imagen Corporativa				Total	
		Muy Débil	Débil	Fuerte	Muy Fuerte		
Dirección	Deficiente	Recuento	2	0	0	0	2
		% del total	6,7%	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%

Regular	Recuento	1	2	1	0	4
	% del total	3,3%	6,7%	3,3%	0,0%	13,3%
Bueno	Recuento	0	0	18	6	24
	% del total	0,0%	0,0%	60,0%	20,0%	80,0%
Total	Recuento	3	2	19	6	30
	% del total	10,0%	6,7%	63,3%	20,0%	100,0%

En la tabla 21, se puede observar una tabla cruzada entre las dimensión de dirección y la variable de imagen corporativa, por medio de la cual se puede afirmar que un total de 24 trabajadores obtuvieron un puntaje bueno con el 80% en la dimensión organización y a su vez pertenecían a las categorías de fuerte y muy fuerte de la variable de imagen corporativa con una frecuencia de 18 y 6 respectivamente en relación a 60% y 20%.

H_a : Existe relación entre dirección y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.

H_0 : No existe relación entre dirección y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.

El criterio para la comprobación de la hipótesis se define así:

Si el X^2_c es superior que el X^2_t se va aceptar la H_a y se rechaza la H_0 , pero si fuera al revés que X^2_t fuese superior que X^2_c se va aceptar la H_0 y se rechaza la H_a .
Hipótesis nula (H_0), Hipótesis alterna (H_a).

Una Significancia: 0.05

Del Chi cuadrado de Pearson entre una variable dependiente representativa y la dimensión dirección de la variable independiente representativa tenemos que:

De Chi cuadrado de Pearson: $0.000 < 0.05$

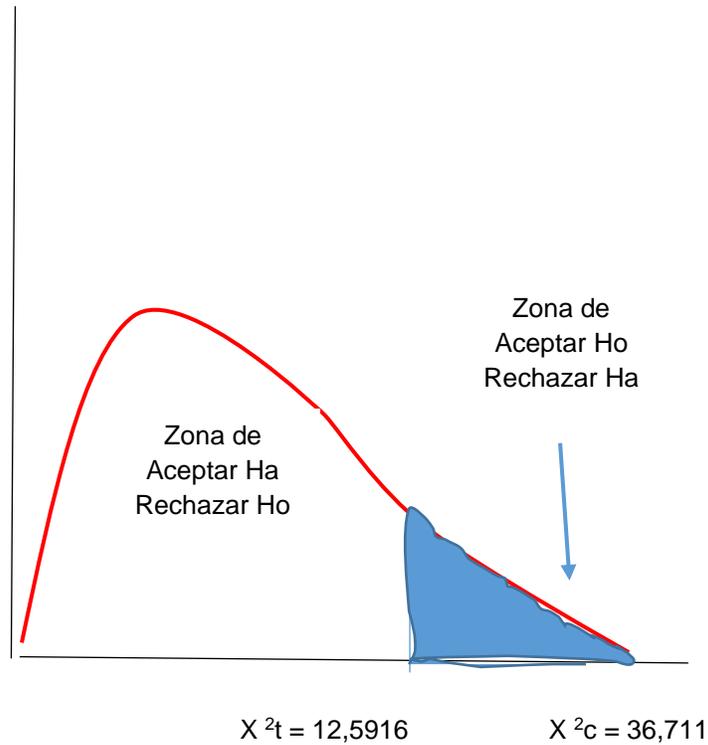
Tabla 22: Prueba de chi cuadrado para la hipótesis específica 3

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	36,711 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	26,008	6	,000
Asociación lineal por lineal	19,453	1	,000
N de casos válidos	30		

a. 11 casillas (91,7%) que se ha esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,13.

Existencia: El valor de Chi cuadrado es $X^2_c = 36,711$, y el valor teórico es $X^2_t = 12,5916$, con el 95%, de nivel de confianza y 6 grados de libertad, por lo tanto se cumple la relación de orden $X^2_t < X^2_c$ por consiguiente se rechaza la hipótesis nula H_0 . Finalmente hay relación directa entre las variables de estudio.

Significación: el criterio de P-valor, proporciona el valor de $P\text{-valor} = 0,000 < 0.05$, con nivel de significación $\alpha = 0.05$.



Prueba de hipótesis específica 4

Tabla 23: Tabla cruzada entre la dimensión Control y la variable de Imagen corporativa

		Imagen Corporativa				Total	
		Muy Débil	Débil	Fuerte	Muy Fuerte		
Control	Regular	Recuento	3	2	1	0	6
		% del total	10,0%	6,7%	3,3%	0,0%	20,0%
	Bueno	Recuento	0	0	9	2	11
		% del total	0,0%	0,0%	30,0%	6,7%	36,7%
	Excelente	Recuento	0	0	9	4	13

	% del total	0,0%	0,0%	30,0%	13,3%	43,3%
Total	Recuento	3	2	19	6	30
	% del total	10,0%	6,7%	63,3%	20,0%	100,0%

En la tabla 23, se puede observar una tabla cruzada entre la dimensión de control y la variable de imagen corporativa, por medio de la cual se puede afirmar que un total de 13 trabajadores obtuvieron un puntaje excelente de 43,3% en la dimensión control y a su vez pertenecían a las categorías de fuerte y muy fuerte de la variable de imagen corporativa con una frecuencia de 9 y 4 respectivamente con un porcentaje de 30% y 13,3%.

Ha: Existe relación entre el control y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.

Ho: No existe relación entre el control y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.

El criterio para la comprobación de la hipótesis se define así:

Si el X^2_c es superior que el X^2_t se va aceptar la Ha y se rechaza la H0, pero si fuera al revés que X^2_t fuese superior que X^2_c se va aceptar la Ho y se rechaza la Ha.
Hipótesis nula (Ho), Hipótesis alterna (Ha).

Una Significancia: 0.05

Del Chi cuadrado de Pearson entre una variable dependiente representativa y la dimensión controlar de la variable independiente representativa tenemos que:

De Chi cuadrado de Pearson: $0.000 < 0.05$

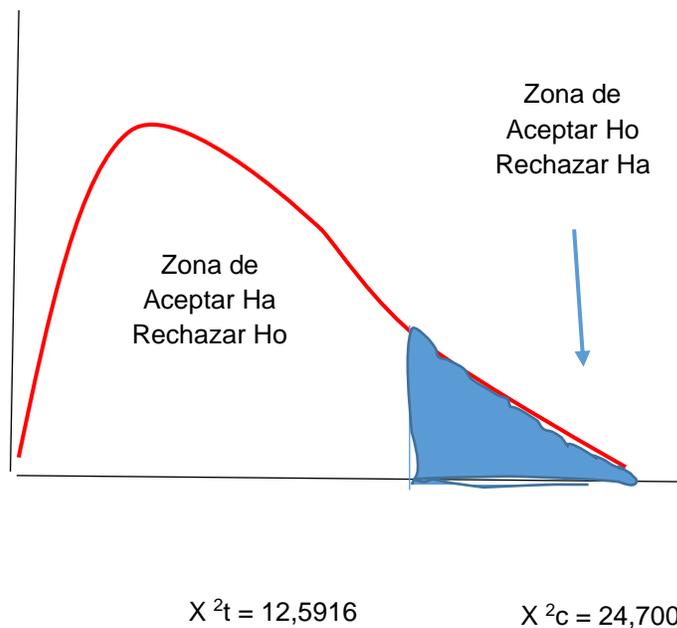
Tabla 24: Prueba de chi cuadrado para la hipótesis específica 4

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,700 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	22,702	6	,001
Asociación lineal por lineal	13,063	1	,000
N de casos válidos	30		

a. 10 casillas (83,3%) se ha esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,40.

Existencia: El valor de Chi cuadrado es $X^2c = 24,700$, y el valor teórico es $X^2t = 12,5916$, con el 95%, de nivel de confianza y 6 grados de libertad, por lo tanto se cumple la relación de orden $X^2t < X^2c$. es por eso que se rechaza la hipótesis nula H_0 . Finalmente existe relación entre las variables.

Significación: el criterio de P-valor, proporciona el valor de $P\text{-valor} = 0,000 < 0,05$, con nivel de significación $\alpha = 0,05$.



Correlación de Spearman

Hipótesis general

Tabla Correlación de Spearman de las variables de estudio

Procesos	Imagen Corporativa	
	Coefficiente de correlación	,820**
Administrativos	Sig. (bilateral)	,003

En la tabla se puede apreciar la correlación entre ambas variables, obteniendo un valor de correlación de Spearman de 0.820 con un p valor de 0.003, siendo una correlación positiva, alta y significativa.

Hipótesis Específicas

Tabla Correlación de Spearman entre las dimensiones de la variable Procesos Administrativos y la Variable Imagen corporativa

Imagen Corporativa	Coefficiente de correlación	Planeación	Organización	Dirección	Control
		,838*	,727*	,781**	,800**
	Sig. (bilateral)	,015	,019	,001	,000

En la siguiente tabla se evidencia la correlación entre las dimensiones de la variable Procesos Administrativos con la variable de estudio Imagen Corporativa, en la cual se observa que para todos los casos se han obtenido un p valor menor a 0.05 lo que nos dice que son resultados significativos. Respecto a la primera dimensión, se obtuvo una correlación alta y positiva con un valor de 0,838; para Organización, se obtuvo una correlación alta y positiva con un valor de 0,727 y para las dimensiones de Dirección y Control se han obtenido una correlación alta y positiva con un valor de 0,781 y 0,800 respectivamente.

V. Discusión

En caso de la hipótesis general, al ser verificada que hay una relación entre Proceso administrativo y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel, 2019. por consiguiente se confirma por el resultado del coeficiente de Spearman ($\rho = 0,820$) y un nivel de significancia teórico ($p = ,003 < 0,05$) siendo una correlación positiva y alta significancia. A la vez también se realizó con el resultado de la prueba Chi cuadrado ($p = ,000 < 0,05$), que muestra una significancia real menos que la significancia teórica. Nos dice que hay una correlación afirmativa considerable y significativa entre las variables Procesos administrativos e imagen corporativa, lo que sugiere que, a un mejor proceso administrativo en la empresa Herrera DKP - San Miguel, mejor va ser la imagen corporativa en ella. El encuentro se afirma con la tesis de Flores (2015) con título "Procesos administrativos y gestión empresarial en Coproabas, Jinotega - Nicaragua", en la que se vio que hay una relación entre el proceso administrativo y la imagen corporativa de la empresa Herrera DKP.

Igualmente, en la tesis de Osorio (2014) de "El proceso administrativo y sus efectos en los establecimientos Educativos Privados en la Ciudad de Quetzaltenango - México", en la cual se verifica que hay una relación entre los procesos administrativos y la imagen corporativa. Además, con Bardales (2017) en la tesis "Procesos administrativos y herramientas de gestión en la empresa Ventura Soluciones Sac", que verifico que los procesos administrativos está relacionada con la imagen corporativa.

En la hipótesis específica 1 que dice que la Imagen Corporativa y la dimensión Planeación de la variable el proceso administrativo en la empresa Herrera DKP - San Miguel, 2019. Se obtuvo según resultado de la coeficiente de Spearman ($\rho = 0,838$) con un nivel de significancia de ($p = 0,015 < 0,05$) que indica que se obtuvo un coeficiente alto y positivo. Se tuvo como indicativo el resultado también de la prueba Chi cuadrado ($p = ,000 < 0,05$) que al encontrar además una significancia cierta menor que una significancia teórico. El rango de correlación se refiere a una relación afirmativa considerable y significativa entre la variable Imagen corporativa y la dimensión Planeación de la variable Procesos administrativos, lo que sugiere que, a

una buena imagen corporativa de la empresa Herrera DKP, mejor será la Planeación en ella. El descubrimiento se confirma con la tesis de Giron (2017) que tituló “La influencia de la imagen corporativa en el posicionamiento de la marca Cake Studio de la Ciudad de Ambato”, en la cual se comprobó que hay una relación entre la Imagen corporativa y la planeación.

Por consiguiente en la hipótesis específica 2 que muestra que Imagen Corporativa y la dimensión Organización de la variable los procesos administrativos en la empresa Herrera DKP - San Miguel, 2019. Según la prueba del coeficiente de Spearman ($\rho = 0,727$) y un nivel de significancia de $p = (0,019 < 0,05)$ de cual se afirma que tiene un coeficiente alto y positivo. Se tuvo como indicativo también de la prueba Chi cuadrado ($p = 0,001 < 0,05$) que al encontrar una significancia cierta menor que una significancia teórica. El rango de correlación encontrado dice que hay una relación afirmativa y una significativa entre la variable Imagen corporativa y la dimensión Organización de la variable Procesos administrativos, lo que sugiere que, a una buena imagen corporativa de la empresa Herrera DKP, mejor será la Organización en ella. El descubrimiento se afirma Sucasaire, R (2019) con la tesis “La imagen corporativa y la satisfacción del cliente en el banco Interbank, tienda Huacho, 2018”, en la cual se vio que hay una relación entre la Imagen corporativa y la organización.

Por otro lado en la hipótesis específica 3 que dice que Imagen Corporativa y la dimensión Dirección de la variable los procesos administrativos en la empresa Herrera DKP - San Miguel, 2019. Según el coeficiente de Spearman ($\rho = 0,7815$) y un nivel de significancia de $p = (0,001 < 0,05)$ de cual se afirma que tiene un coeficiente alto y positivo y a la vez tuvo como indicativo el fruto de la prueba Chi cuadrado ($p = 0,000 < 0,05$) que al encontrar una significancia cierta menor que una significancia teórica. El rango de correlación encontrado nos dice que una relación afirmativa considerable y significativa entre la variable Imagen corporativa y la dimensión Dirección de la variable Procesos administrativos, lo que sugiere que, a una mejor imagen corporativa de la empresa Herrera DKP, mucho mejor será la Dirección en ella. Lo encontrado confirma según Castillo, K y Llanos, E (2016) en la tesis “Consecuencias de la falta de estrategias de Marketing de servicios en la imagen corporativa de la empresa

Sedapar S.A. Arequipa, 2015”, en la cual se vio que hay una relación entre la Imagen corporativa y la dirección.

Finalmente la hipótesis específica 4 que nos dice que Imagen Corporativa y la dimensión Control de la variable los procesos administrativos en la empresa Herrera DKP - San Miguel, 2019. Según la correlación de Spearman nos dice que ($\rho = 0,800$) y un nivel de significancia ($p = 0,000 < 0.05$) que es una correlación alta y positiva y a la vez se obtuvo como indicativo el fruto de la prueba Chi cuadrado ($p = 0,000 < 0.05$) que al encontrar una significancia cierta menor que una significancia teórico. El rango de correlación visto que hay una relación afirmativa considerable y significativa entre la variable Imagen corporativa y la dimensión Control de la variable Procesos administrativos, lo que sugiere que, a una mejor imagen corporativa de la empresa Herrera DKP, mejor será el control en ella. Lo encontrado se afirma según Giron (2017) con la tesis “La influencia de la imagen corporativa en el posicionamiento de la marca Cake Studio de la Ciudad de Ambato”, en la cual se ve que hay una relación entre la Imagen corporativa y el control.

VI. Conclusiones

Primera

Se determinó que, hay una relación entre los procesos administrativos y la imagen corporativa de la empresa Herrera DKP. A consecuencia se obtuvo ($P=0.000<0.05$) se rechazó la Hipótesis nula (H_0) y se aceptó la Hipótesis Alternativa (H_1) en resumen se dijo que los procesos administrativos se relaciona significativamente de forma afirmativa con la imagen corporativa y a la vez también se determinó que en la correlación de spearman que se relaciona también afirmativa los procesos administrativos ($\rho= 0,820$) con la imagen corporativa con un nivel de significancia de ($P =0.003<0.05$).

Segunda

Se determinó que, hay una relación entre la planeación y la imagen corporativa de la empresa Herrera DKP. A consecuencia se obtuvo ($P=0.000<0.05$) se rechazó la Hipótesis nula (H_0) y se aceptó la Hipótesis Alternativa (H_1) en resumen se dijo que la planeación se relaciona significativamente de forma afirmativa con la imagen corporativa y a la vez también se determinó que en la correlación de spearman que se relaciona también afirmativa la planeación ($\rho= 0,838$) con la imagen corporativa con un nivel de significancia de ($P =0.015<0.05$).

Tercera

Se determinó que, hay una relación entre la organización y la imagen corporativa de la empresa Herrera DKP. A consecuencia se obtuvo ($P =0,001< 0.05$) se rechazó la Hipótesis nula (H_0) y se aceptó la Hipótesis Alternativa (H_1) en resumen se dijo que la organización se relaciona significativamente de forma afirmativa con la imagen corporativa y a la vez también se determinó que en la correlación de spearman que se relaciona también afirmativa la organización ($\rho= 0,727$) con la imagen corporativa con un nivel de significancia de ($P =0.019<0.05$).

Cuarta

Se determinó que, hay una relación entre la dirección y la imagen corporativa de la empresa Herrera DKP. A consecuencia se obtuvo ($P=0.000<0.05$) se rechazó la Hipótesis nula (H_0) y se aceptó la Hipótesis Alternativa (H_1) en resumen se dijo que la dirección se relaciona significativamente de forma afirmativa con la imagen corporativa y a la vez también se determinó que en la correlación de spearman que se relaciona también afirmativa la dirección ($\rho= 0, 781$) con la imagen corporativa con un nivel de significancia de ($P =0.001<0.05$).

Quinta

Se determinó que, hay una relación entre el control y la imagen corporativa de la empresa Herrera DKP. A consecuencia se obtuvo ($P =0.000<0.05$) se rechazó la Hipótesis nula (H_0) y se aceptó la Hipótesis Alternativa (H_1) en resumen se dijo que el control se relaciona significativamente de forma afirmativa con la imagen corporativa y a la vez también se determinó que en la correlación de spearman que se relaciona también afirmativa con el control ($\rho= 0, 800$) con la imagen corporativa con un nivel de significancia de ($P =0.000<0.05$).

VII. Recomendaciones

Luego de analizar los resultados de esta investigación se indica las siguientes recomendaciones para los jefes inmediatos gerente general de la empresa Herrera DKP - San Miguel.

Primera

Se recomienda capacitar a los trabajadores sobre los procesos administrativos dentro de la empresa, la manera correcta de llenar los documentos, en que momentos entregarlo a los clientes y a la vez subirlos de manera rápida al sistema de la empresa, esto generaría que la imagen corporativa de la empresa mejore ante los clientes.

Segunda

Se recomienda realizar estrategias fundamentales para una correcta forma de realizar los procesos de la empresa y a la vez informarle a los trabajadores de la planeación que está realizando la empresa para que así ellos estén informado de los cambio o sucesos nuevos que pueda realizar la empresa, asimismo que los trabajadores tengan en claro cuál es la visión y misión de la empresa, toda mejora dentro de la empresa ayuda a mejorar cada día con la imagen corporativa de la empresa.

Tercera

Se recomienda implementar un organigrama que muestre la estructura organizacional de la empresa para que de manera ordenada se vea detallado cada función de los trabajadores y así ellos tengan conocimientos de sus funciones y puedan desarrollar un mejor trabajo en la empresa, así también los trabajadores que recién se incorporen a la empresa tengan ese conocimiento en claro y así tengan un trabajo más ordenado y se pueda ver reflejado en la imagen corporativa de la empresa.

Cuarta

Se recomienda supervisar el trabajo de los empleados de la empresa y así poder llevar un mejor control dentro y fuera de la empresa de que estén cumpliendo con sus funciones a la hora que le indiquen, yaqué la empresa realiza trabajo en campo y así mejorar los tiempos de ellos y puedan cumplir mejor sus funciones y en menor tiempo posible para que los clientes se encuentren satisfechos del trabajo realizado y a su vez mejorar la imagen corporativa.

Quinta

Se recomienda realizar evaluación de desempeño cada 6 meses a sus trabajadores para saber si tienen la información adecuada para cumplir con sus funciones y a la vez esto generaría que el gerente del área de operaciones evalúe a sus trabajadores e indicarle si está cumpliendo o necesita cambiar algún método de trabajo para que realice un buen trabajo. Si los trabajadores son cada vez mejores la imagen corporativa también se va ver reflejado en la empresa.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar S, Salguero R, Barriga S (2018) *Comunicación e Imagen Corporativa*. Ecuador: Editorial Utmach.
- Antón Cháve, Alina del Pilar (2017). Influencia de la noticia en la imagen corporativa de una municipalidad desde la percepción del ciudadano. *Opción*, 33 (84), 90-119. [Fecha de Consulta 5 de Julio de 2020]. ISSN: 1012-1587. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=310/31054991005>
- Bardale, A (2017) La tesis titulada *Procesos administrativos y herramientas de gestión en la empresa Ventura Soluciones Sac* Lima
- Bravo Gil, Rafael, & Matute Vallejo, Jorge, & Pina Pérez, José M. (2016). *Revista Gestión de la identidad corporativa: Evidencias en el sector bancario*. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=280/28049145005>
- Blandez M. (2016). *Proceso Administrativo*. México: editorial digital UNID
- Burgos, O y Cervera, A. (2017) en la tesis titulada *elaboración del proceso administrativo en la empresa Comercial A&C de la universidad Señor de Sipan en Chiclayo*.
- Cano C. (2017). *La Administración y El Proceso Administrativo*. Colombia: editorial UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ
- Castillo, K y Llanos, E (2016) La tesis titulada *Consecuencias de la falta de estrategias de Marketing de servicios en la imagen corporativa de la empresa Sedapar S.A. Arequipa, 2015*.
- Capriotti P. (2013). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. España: Edita: IIRP - Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.
- Chiavenato I (2001) en su libro titulado *Administración Proceso administrativo*. Editorial Makron Books. Recuperado: https://www.academia.edu/33028175/PROCESO_ADMINISTRATIVO_TERCERA_EDICION

- Costa J. (2018). *Primera Revista Electrónica Razón y Palabra Creación de la Imagen Corporativa. El Paradigma del Siglo XXI*. España Recuperado: <http://revistas.comunicacionudlh.edu.ec/index.php/ryp> * Joan Costa Joan Costa Institute.
- Cordova R. (2012) *Procesos Administrativo*. Editorial Eduardo Duran Valdivieso. Recuperado: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Proceso_administrativo/Proceso_administrativo-Parte1.pdf
- Correa, F. y Velasquez, L. (2019) en la tesis titulada *Gestión administrativa y su relación con la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Chepen en la Universidad Cesar Vallejo*.
- da Costa P, & Queirós, C & Bessa R (2017). THE IMAGE OF A PUBLICLY TRADED UNIVERSITY. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 11(5),70-84.[fecha de Consulta 9 de Julio de 2020]. ISSN: . Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4417/441753779005>
- Del Río F, & Candelas M, & Farrand J (2007). DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE CON ENFOQUE EN EL PROCESO ADMINISTRATIVO. *Revista Mexicana de Agro negocios*, XI (21) ,425-434.[fecha de Consulta 9 de Julio de 2020]. ISSN: 1405-9282. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=141/14102108>
- Fernando G. (2016) *Revista Imagen y reputación corporativa de la Región Policial de La Libertad (Perú)*,
- Ferradas, O y Morales, J (2014) *Mejoramiento de la imagen corporativa de la Cooperativa de Ahorro y crédito Nuestra Señora del Rosario utilizando la estrategia de desarrollo de marca en la Ciudad de Trujillo 2013*.
- Flores, S. (2015). *Procesos administrativos y gestión empresarial en Coproabas, Jinotega*. Universidad Nacional de Autonomia de Nicaragua.
- García A. (2017) Tesis titulada *Proceso administrativo y herramientas de gestión en la empresa Ventura Soluciones S.A.C*.

- Giron P. (2017) Tesis La influencia de la imagen corporativa en el posicionamiento de la marca Cake Studio de la Ciudad de Ambato. Ecuador
- Guzmán Campos Areli Elizama. (2013, noviembre 6). *El proceso administrativo según varios autores*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/el-proceso-administrativo-segun-varios-autores/>
- Hernández Mendoza, J. (2019). Etapas del Proceso Administrativo. *Boletín Científico De La Escuela Superior Atotonilco De Tula*, 6(11), 66-67. Recuperado <https://doi.org/10.29057/esat.v6i11.3704>
- Jimenez A, Rodriguez I. (2007). *Comunicación e imagen Corporativa*. Barcelona: editorial UOC.
- Jorge R. Tisnado I. (2014), Tesis sobre “Mejoramiento en los Procesos Administrativos de la Empresa Porvenir que contribuya al Desarrollo de su Jurisdicción” para optar el Título Profesional De Licenciado En Administración, elaborado en la Facultad de Ciencias económicas en la Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo – Perú.
- Jaime S, Marquez J (2015). *Factores Psicosociales que Influyen en el Comportamiento Laboral de Acuerdo con los Procesos de Gestión Administrativa y del Talento Humano que Presentan los Empleados de la Empresa Distraves S.A*
- Marroquín R. (2012) la metodología de investigación. Recuperado de ne.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Mero J. (2018). Empresa, administración y proceso administrativo. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables)*. ISSN: 2588-090X. Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP), 3(8), 84-102. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v3i8.59>

- Monroy Eduardo. (2014, marzo 7). *Análisis del proceso administrativo desde varios autores*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/analisis-del-proceso-administrativo-desde-varios-autores/>
- Lorenzo, M(2016) Imagen corporativa. Recuperado: iunet.upv.es/bitstream/handle/10251/60607/FODYMANOW%20-%20IMAGEN%20CORPORATIVA.pdf?sequence=2
- Osorio I. (2014) El proceso administrativo y sus efectos en los establecimientos Educativos Privados en la Ciudad de Quetzaltenango- México
- Otacoma V. (2015). La tesis *Estudio de los procesos administrativos y forma de la organización en la empresa Solaint S.A. Antes las necesidades de una reestructuración año 2015*
- PASQUEL G; BÁEZ E, Gessey V. (2016). Revista Percepción, activos intangibles y stakeholders: modelo para el análisis de imagen corporativa. Recuperado en <http://mediterranea-comunicacion.org/>.
- Reyes O. (2013). *Satisfacción laboral*. España: editorial Academica Española 2013.
- Riascos Erazo, S. (2015). Efectividad de las TIC en los procesos administrativos de las PYMES de Santiago de Cali-Colombia. En R, Llamosa Villalba (Ed.). Revista Gerencia Tecnológica Informática
- Rivas L (2002). NUEVAS FORMAS DE ORGANIZACIÓN. Estudios Gerenciales, (82) ,13-45. [fecha de Consulta 9 de Julio de 2020]. ISSN: 0123-5923. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=212/21208201>
- Sánchez I (2017). La planeación estratégica en el Sistema de Salud cubano. MEDISAN, 21(5) ,635-641. [fecha de Consulta 9 de Julio de 2020]. ISSN:Disponibleen:<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3684/368450965019>.
- Sandra M. Barrera H. Y Enma L. Valverde C. (2014), tesis sobre “Estrategia de Procesos Administrativos en la Estructura Organizacional y su Influencia en los trabajadores de la Empresa CORPACC E.I.R.L. “, Tesis para optar el Título

Profesional de Licenciadas en Administración, elaborado en la Facultad de Ciencias Económicas, en la Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo – Perú.

- Sucasaire, R (2019) La imagen corporativa y la satisfacción del cliente en el banco Interbank, tienda Huacho, 2018. Tesis pregrado. Huacho
- Zabala H. (2005). *Planeación estratégica aplicada a cooperativas y demás formas asociativas y solidarias*” Colombia: editorial Universal Cooperativa de Colombia.

Anexos

Declaración De Autenticidad

Yo, Sharianne Shannon Atencio Carrasco, alumna de la Facultad Ciencias empresariales y Escuela profesional de Administración de la Universidad Cesar Vallejo de la filial del Callao, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan a la Tesis titulada “Procesos Administrativos y su relación con la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP – San Miguel, 2019”, son:

1. De mi autoría.
2. La presente Tesis no ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
3. La Tesis no ha sido publicado ni presentado anteriormente.
4. Los resultados presentados en la Tesis son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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 vigentes de la universidad Cesar Vallejo.

Callao, 04 julio del 2020.

Sharianne Shannon Atencio Carrasco

DNI N°47039908

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, Dioses Zarate, Luis Enrique, docente de la Facultad de Ciencias empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad Cesar Vallejo filial del Callao, revisor de la tesis titulada

“Procesos Administrativos y su relación con la imagen corporativa de la empresa Herrera DKP – San Miguel, 2019”, de la estudiante Sharienne Shannon Atencio Carrasco, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. 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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

Callao, 04 de julio, 2020

Firma

Mg. Dioses Zarate, Luis Enrique

DNI:

Anexo 2: Matriz de Operacionalizacion

Variable	Definición conceptual	Definición operacionalizacion	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Procesos Administrativos	En su libro Proceso administrativo de Blandez M. (2016) los administradores son los responsables de planificar, organizar, dirección y controlar son las etapas de los procesos y a la vez al interior de las organizaciones se realiza variadas estrategias para cumplir con los objetivos planteados por la organización. Y por último se verifica que cumplan los objetivos y la perspectiva cultural de que las empresas tienen distintas creencias y culturas y que nos habla del comportamiento de la personas dentro de una organización.	Sera medido a través de dimensiones e indicadores, por medio de un cuestionario compuesto por 23 preguntas.	Planeación	Objetivos	Ordinal y Liquer
				Misión y Visión	
				Estrategia	
			Organización	Etapas de la organización	
				Principios de la organización	
				Diseño organizacional	
			Dirección	Comunicación	
				Estrategias de Negociación	
				Liderazgo	
			Control	Motivación	
				Evaluación de Información	
				Evaluación Desempeño	
Imagen Corporativa	En su libro Comunicación e Imagen Corporativa de Aguilar S, Salguero R y Barriga S. (2017) nos dice que La imagen está íntimamente relacionada con el posicionamiento pues su utilización es principalmente utilizada en las estrategias de diferenciación de la marca y la competencia, teniendo en cuenta que la imagen proyectada no siempre será aceptada como la verdadera identidad de la organización.	Sera medido a través de dimensiones e indicadores, por medio de un cuestionario compuesto por 23 preguntas.	Comunicación Corporativa	Identidad	Ordinal y Liquer
				Imagen	
				Posicionamiento de la marca	
			Públicos de Interés	Stakeholders Externos	
				Stakeholders Internos	
			Identidad Corporativa	Imagen de la marca	
				Publicidad de la marca	
				Reputación Corporativa	
			Reputación Online	Redes Sociales	
				Tecnología	
Páginas Web					

Anexo 1. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre los procesos Administrativos y la imagen Corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la Planeación y la Imagen Corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la Organización y la Imagen Corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la Dirección y la Imagen Corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el Control y la Imagen Corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la relación entre los procesos administrativos y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar la relación que existe entre la planeación y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.</p> <p>Determinar la relación que existe entre la organización y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.</p> <p>Determinar la relación que existe entre la dirección y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.</p> <p>Determinar la relación que existe entre el control y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Existe relación entre los procesos administrativos y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>Existe relación entre la planeación y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.</p> <p>La organización tiene relación con la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.</p> <p>Existe relación entre dirección y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.</p> <p>Existe relación entre el control y la imagen corporativa en la empresa Herrera DKP - San Miguel 2019.</p>	Variable 1: Procesos Administrativos			
			Dimensiones	Indicadores	Escala y medición	Niveles o rangos
			Planeación	- Objetivos - Misión y Visión - Estrategia	Ordinal y Likert	Deficiente (22-44) Regular (45-66) Bueno (67-88) Excelente (89-100)
			Organización	- Etapas de la organización - Principios de la organización - Diseño organizacional		
			Dirección	- Comunicación - Estrategias de Negociación - Liderazgo - Motivación		
			Control	- Evaluación de Información - Evaluación Desempeño		
			Variable 2: Imagen Corporativa			
			Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Niveles o rangos
			Comunicación Corporativa	- Identidad - Imagen - Posicionamiento de la marca	Ordinal y Likert	Muy débil (16-32) Débil (33-48) Fuerte (49-64) Muy fuerte (65-80)
			Públicos de Interés	- Stakeholders Externos - Stakeholders Internos		
Identidad Corporativa	- Imagen de la marca - Publicidad de la marca - Reputación Corporativa					
Reputación Online	- Redes Sociales - Tecnología - Páginas Web					

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA A UTILIZAR
<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN: Tipo: Aplicada Sánchez y Reyes (2006) precisan que este tipo de estudio "se refiere por recolectar datos de diferentes autores y aplicarlos en la investigación con conocimientos teóricos." (p. 37).</p> <p>De acuerdo a la investigación según sus autores de las variables de la investigación y mejorar los estudios planteados de acuerdo a los resultados y la relación que existe entre las variables.</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Hernández, Fernández y Baptista (2014), indican: que el enfoque cuantitativo hace uso de la estadística para procesar los datos obtenidos y generar los resultados para realizar el respectivo análisis (p. 4). En tal sentido, del análisis realizado se efectuaron estadísticas durante el proceso de información, utilizándose la estadística descriptiva e inferencial</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Diseño no experimental y transversal La investigación tuvo un diseño no experimental, ya que se estudiaron las variables sin manipularlas; y transaccional o de corte transversal, porque se recolectaron los datos en un determinado momento (Hernández Fernández y Baptista, 2014, p. 128). Quiere decir que según mi investigación no se va manipular ninguna de mis variables y se va seguir con las teorías según los autores y de corte trasversal porque se hizo en un determinado momento según investigación y la recolección de datos.</p> <p>Correlacional Porque como señala Hernández, Fernández y Baptista (2014) se relacionan variables y se busca establecer el grado entre las variables (p. 81). Es decir, que se va verificar la relación entre las variables que serían procesos administrativos e imagen corporativa.</p> <p>Descriptivo: A la vez se indica que tiene un diseño descriptivo como nos indica Marroquín R. (2012) sobre la metodología de investigación que dice que es una manera de describir las variables de mi investigación y también se describe una realidad.</p>	<p>POBLACIÓN: Bernal (2016), afirma que la población es el total del área de una empresa sobre el trabajo de investigación que voy a realizar es decir es la cantidad exacta de una área de la cual voy a realizar la investigación. (p. 161).</p> <p>De acuerdo a las afirmaciones y objetivos del trabajo de investigación, la población estuvo constituida por el área de Operaciones, que consta de 30 trabajadores del área de Operaciones de la Empresa Herrera DKP Ajustadores de Seguros, San Miguel- Lima.</p> <p>Criterios de Inclusión: Para dicha investigación se tomó en cuenta a 30 trabajadores del área de Operaciones yaqué son las personas correctas para el correcto trabajo de investigación y a la vez son personas que se encuentra trabajando dentro de la empresa Herrera DKP-Ajustadores de Peritos y Seguros.</p> <p>Criterios de Exclusión: Se tiene que excluir a trabajadores que no pertenecen al área de operaciones yaqué dicha investigación no se tomara en cuenta los conocimientos de dicho trabajadores por que no podrían completar el cuestionario de manera normal, en este caso las áreas excluidas serian área de administración y área de liquidación.</p> <p>Muestreo No probabilístico - Censal</p>	<p>Variable 1: Procesos Administrativos Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario para evaluar los procesos administrativos.</p> <p>Ficha técnica Instrumento: Cuestionario Autores: Trabajadores del área de Operaciones. Fecha de aplicación: 2020 Objetivo: Medir los Procesos administrativos.</p> <p>Descripción del instrumento: El cuestionario consta de 12 ítems, y evalúa cuatro dimensiones: Planeación, Organización, Dirección y Control utilizando la escala de Likert: (5) Totalmente de acuerdo, (4) De acuerdo, (3) Indeciso, (2) En desacuerdo, (1) Totalmente en desacuerdo.</p> <p>Variable 2: Imagen Corporativa Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario para evaluar la imagen corporativa.</p> <p>Ficha técnica Instrumento: Cuestionario Autores: Trabajadores del área de Operaciones. Fecha de aplicación: 2020 Objetivo Medir la Imagen corporativa.</p> <p>Descripción del instrumento: El cuestionario consta de 11 ítems, y evalúa cuatro dimensiones: Comunicación corporativa, Públicos de interés, Identidad corporativa y Reputación Online utilizando la escala de Likert: (5) Totalmente de acuerdo, (4) De acuerdo, (3) Indeciso, (2) En desacuerdo, (1) Totalmente en desacuerdo.</p>	<p>Para calcular la confiabilidad: Alfa de Cronbach.</p> <p>Para calcular las variables y dimensiones Análisis Descriptivo : Baremos Rangos Gráfico de barras</p> <p>Análisis inferencial: Para calculara las hipótesis general y específicas. Se aplicó la Prueba de Chi Cuadrado, presentando las tablas cruzadas y el gráfico de acuerdo a las reglas de decisión.</p> <p>Se aplicó la correlación de Spearman.</p>

Anexos 3. Instrumento de medición

Cuestionario de los Procesos Administrativos

Introducción

Estimado(a) Sr(a).

El presente instrumento forma parte del trabajo de investigación titulada:

Procesos Administrativos y su relación con la imagen corporativa de la empresa Herrera DKP – San Miguel 2019. Por tal razón, le pedimos su participación desarrollando cada pregunta de una manera objetiva y veraz.

DATOS ESPECIFICOS	
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Indeciso
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

La información es confidencial y reservada, ya que los resultados se manejarán solo para la investigación.

Le agradezco de antemano su valiosa participación

Instrucciones

- Marque con un X la respuesta que crea Usted sea la correcta según los valores mostrados en la tabla siguiente:

VARIABLE 1: PROCESOS ADMINISTRATIVOS						
N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1	Los objetivos planteados son de suma importancia para una empresa.					
2	La Misión y Visión es la base fundamental de toda organización.					
3	Las estrategias creadas por la organización son a base de los objetivos plantados ante una planeación.					
4	Una de las etapas de la organización es el perfil de un trabajador y saber a quién va a contratar para el puesto.					
5	Se sabe que un trabajador debe presentar sus informes a más de un superior, y ellos deben de saber a quién le presentan sus informes y quienes les informan a ellos.					
6	La estructura de una organización tiene que tener la departamentalización entre ellas.					
7	Desde el punto de vista de la administración, la comunicación es el proceso por el cual los miembros se transmiten información e interpretar su significado.					
8	La negociación se define como un proceso donde dos o más partes intercambian bienes y servicios.					
9	El líder debe dar el ejemplo a sus trabajadores a desempeñarse mejor que lo esperado y estimular a sus trabajadores.					
10	Se dice que la Motivación es la voluntad de ejercer un esfuerzo persistente para lograr las metas de la organización.					
11	Se dice que para un buen control se debe realizar una evaluación de información para entender los procesos planteados.					

12	La evaluación de desempeño son la base para una correcta toma de decisiones como ascensos, incremento de sueldo, despidos, etc.						
----	---	--	--	--	--	--	--

Cuestionario de la Imagen Corporativa

Introducción

Estimado(a) Sr(a).

El presente instrumento forma parte del trabajo de investigación titulada:

Procesos Administrativos y su relación con la imagen corporativa de la empresa Herrera DKP – San Miguel 2019. Por tal razón, le pedimos su participación desarrollando cada pregunta de una manera objetiva y veraz.

DATOS ESPECIFICOS	
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Indeciso
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

La información es confidencial y reservada, ya que los resultados se manejarán solo para la investigación.

Le agradezco de antemano su valiosa participación

Instrucciones

- Marque con un X la respuesta que crea Usted sea la correcta según los valores mostrados en la tabla siguiente:

VARIABLE 2: IMAGEN CORPORATIVA						
N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
13	La identidad de una empresa se basa en como el cliente ve reflejada el desarrollo de la organización.					
14	Los diseñadores son los responsables de la imagen corporativa de la empresa o producto.					
15	El posicionamiento de una marca es el lugar que ocupa en la cabeza de los clientes por el resto de los competidores.					
16	Se dice que los stakeholder externos son aquellos que tienen interés por la organización aunque no pertenezcan a ella de forma directa.					
17	Se dice que los que invierten y operan dentro de una organización tienen interés y se encuentran dentro de la empresa son los stakeholder internos.					
18	Se dice que la imagen de la marca no es tan importante para una organización.					
19	La publicidad corporativa de una organización se sabe que es importante pero si no se aplica una buena publicidad se puede llevar al fracaso a la empresa.					
20	Para reconocer la reputación corporativa de una empresa es necesario colocarse en la posición del cliente.					
21	Se cree que las Redes Sociales son de suma importancia para lograr que las organizaciones lleguen al éxito.					
22	Se debería aplicar siempre la tecnología en una organización.					
23	Se debería implementar las Páginas Web en todas las organizaciones para llegar a los clientes.					

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

- Mg. Braulio Castillo Canales

03/07/2020

.....

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestro saludo y así mismo deseo hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración - Filial Callao, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y optar el título de Licenciada.

El título de mi proyecto de investigación es: "Proceso Administrativo y su relación con la imagen corporativa de la empresa Herrera DKP – San Miguel 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de los docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, recurro a usted, ante su connotada experiencia en temas de ciencias empresarial y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de Operacionalización de las variables.
- Matriz de validación del instrumento de obtención de datos.
- Cuestionarios

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Sharianne Shannon Atencio Carrasco

D.N.I: 47039908

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

Tabla 25.

Operacionalización de la variable: Procesos Administrativos

Variable	Dimensiones	Indicador	Ítems	Escala	Niveles y Rangos
Procesos Administrativos	Planeación	Objetivos	1, 2, 3	Totalmente en desacuerdo (1)	
		Misión y Visión			
		Estrategia			
	Organización	Etapas de la organización	4, 5, 6	En desacuerdo (2)	Malo (16-31)
		Principios de la organización			
		Diseño organizacional			
	Dirección	Comunicación	7, 8, 9, 10	Ni en desacuerdo ni acuerdo (3)	Regular (32-47)
		Estrategias de Negociación			
		Liderazgo			
		Motivación			
Control	Evaluación de información	11, 12,	Totalmente de acuerdo (5)	Bueno (48 – 63)	
	Evaluación desempeño				
					Óptimo (64 – 80)

Tabla 26.

Operacionalización de la variable: Imagen Corporativa

Variable	Dimensiones	Indicadores	N° Ítems	Escala y valores	Niveles y Rangos
Imagen Corporativa	Comunicación Corporativa	Identidad	13, 14, 15	Totalmente en desacuerdo (1)	Malo (16-31)
		Imagen			
		Posicionamiento de la marca			
	Públicos de Interés	Stakeholders Externos	16, 17	En desacuerdo (2)	Regular (32-47)
		Stakeholders Internos			
	Identidad Corporativa	Imagen de la marca	18, 19, 20	Ni en desacuerdo ni acuerdo (3)	Bueno (48 – 63)
		Publicidad de la marca			
		Reputación corporativa			
	Reputación Online	Redes Sociales	21, 21, 22	Totalmente de acuerdo (5)	Óptimo (64 – 80)
		Tecnología			
		Páginas Web			

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Proceso Administrativo y su relación con la Imagen Corporativa de la empresa Herrera DKP - San Miguel, 2019							
Apellidos y nombres del investigador: Sharianne Shannon Atencio Carrasco							
Apellidos y nombres del experto: Dra. Odoña Beatriz Panche Rodríguez							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Procesos Administrativos	Planeación	Objetivos	1,2,3	Totalmente en desacuerdo	x		
		Misión y Visión		-1	x		
		Estrategia		En desacuerdo	x		
	Organización	Etapas de la organización	4,5,6	-2	x		
		Principios de la organización		Ni en desacuerdo ni acuerdo	x		
		Diseño organizacional		-3	x		
	Dirección	Comunicación	7,8,9,10	De acuerdo	x		
		Estrategias de Negociación		-4	x		
		Liderazgo			x		
		Motivación		Totalmente de acuerdo	x		
	Control	Evaluación de Información	11,12	-5	x		
		evaluación desempeño			x		
Imagen Corporativa	Comunicación corporativa	Identidad	13, 14, 15	Totalmente en desacuerdo (1)	x		
		Imagen			x		
		Posicionamiento de la marca			x		
	Públicos de Interés	Stakeholders Externos	16, 17	En desacuerdo (2)	x		
		Stakeholders Internos		Ni en desacuerdo ni acuerdo (3)	x		
	Identidad Corporativa	Imagen de la marca	18, 19, 20	De acuerdo (4)	x		
		Publicidad de la marca			x		
		Reputación corporativa			x		
	Reputación Online	Redes Sociales	21,22, 23	Totalmente de acuerdo (5)	x		
		Tecnología			x		
Páginas Web				x			
Firma del experto			Fecha 03/07/2020				

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Callao, 03 de julio del 2020

Apellidos y nombres del experto: **MGTR. BRAULIO ANTONIO CASTILLO CANALES**

DNI: **47011880**

Teléfono: **984214226**

Título/grados: **MAESTRO**

Cargo e institución en que labora: **COORDINADOR ACADÉMICO - UCV FILIAL CALLAO**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, Usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	X		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	X		
7	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	X		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	X		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	X		

SUGERENCIAS: **NINGUNA**



**Mgtr. BRAULIO ANTONIO
CASTILLO CANALES**

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señora:

- Dra. Odoña Beatriz Panche Rodríguez

03/07/2020

.....

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestro saludo y así mismo deseo hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración - Filial Callao, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y optar el título de Licenciada.

El título de mi proyecto de investigación es: “Proceso Administrativo y su relación con la imagen corporativa de la empresa Herrera DKP – San Miguel 2019” y siendo imprescindible contar con la aprobación de los docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, recurro a usted, ante su connotada experiencia en temas de ciencias empresarial y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de Operacionalización de las variables.
- Matriz de validación del instrumento de obtención de datos.
- Cuestionarios

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Sharianne Shannon Atencio Carrasco

D.N.I: 47039908

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

Tabla 27.

Operacionalización de la variable: Procesos Administrativos

Variable	Dimensiones	Indicador	Ítems	Escala	Niveles y Rangos
Procesos Administrativos	Planeación	Objetivos	1, 2, 3	Totalmente en desacuerdo (1)	
		Misión y Visión			
		Estrategia			
	Organización	Etapas de la organización	4, 5, 6	En desacuerdo (2)	Malo (16-31)
		Principios de la organización			
		Diseño organizacional			
	Dirección	Comunicación	7, 8, 9, 10	Ni en desacuerdo ni acuerdo (3)	Regular (32-47)
		Estrategias de Negociación			
		Liderazgo			
		Motivación			
	Control	Evaluación de información	11, 12,	Totalmente de acuerdo (5)	Bueno (48 – 63)
		Evaluación desempeño			
					Óptimo (64 – 80)

Tabla 28.

Operacionalización de la variable: Imagen Corporativa

Variable	Dimensiones	Indicadores	N° Ítems	Escala y valores	Niveles y Rangos
Imagen Corporativa	Comunicación Corporativa	Identidad	13, 14, 15	Totalmente en desacuerdo (1)	Malo (16-31)
		Imagen			
		Posicionamiento de la marca			
	Públicos de Interés	Stakeholders Externos	16, 17	En desacuerdo (2)	Regular (32-47)
		Stakeholders Internos			
	Identidad Corporativa	Imagen de la marca	18, 19, 20	Ni en desacuerdo ni acuerdo (3)	Bueno (48 – 63)
		Publicidad de la marca			
		Reputación corporativa			
	Reputación Online	Redes Sociales	21, 21, 22	Totalmente de acuerdo (5)	Óptimo (64 – 80)
		Tecnología			
Páginas Web					

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Proceso Administrativo y su relación con la Imagen Corporativa de la empresa Herrera DKP - San Miguel, 2019							
Apellidos y nombres del investigador: Sharianne Shannon Atencio Carrasco							
Apellidos y nombres del experto: Dra. Odoña Beatriz Panche Rodríguez							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Procesos Administrativos	Planeación	Objetivos	1,2,3	Totalmente en desacuerdo	x		
		Misión y Visión		-1	x		
		Estrategia		En desacuerdo	x		
	Organización	Etapas de la organización	4,5,6	-2	x		
		Principios de la organización		Ni en desacuerdo ni acuerdo	x		
		Diseño organizacional		-3	x		
	Dirección	Comunicación	7,8,9,10	De acuerdo	x		
		Estrategias de Negociación		-4	x		
		Liderazgo			x		
		Motivación		Totalmente de acuerdo	x		
	Control	Evaluación de Información	11,12	-5	x		
		evaluación desempeño			x		
Imagen Corporativa	Comunicación corporativa	Identidad	13, 14, 15	Totalmente en desacuerdo (1)	x		
		Imagen			x		
		Posicionamiento de la marca			x		
	Públicos de Interés	Stakeholders Externos	16, 17	En desacuerdo (2)	x		
		Stakeholders Internos		x			
	Identidad Corporativa	Imagen de la marca	18, 19, 20	Ni en desacuerdo ni acuerdo (3)	x		
		Publicidad de la marca		De acuerdo (4)	x		
		Reputación corporativa		x			
	Reputación Online	Redes Sociales	21,22, 23	Totalmente de acuerdo (5)	x		
		Tecnología		x			
Páginas Web		x					
Firma del experto			Fecha 03/ 07/2020				

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

- Mg. Hans Mejía Guerrero

03/07/2020

.....

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestro saludo y así mismo deseo hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración - Filial Callao, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y optar el título de Licenciada.

El título de mi proyecto de investigación es: "Proceso Administrativo y su relación con la imagen corporativa de la empresa Herrera DKP – San Miguel 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de los docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, recurro a usted, ante su connotada experiencia en temas de ciencias empresarial y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de Operacionalización de las variables.
- Matriz de validación del instrumento de obtención de datos.
- Cuestionarios

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Sharianne Shannon Atencio Carrasco

D.N.I: 47039908

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

Tabla 29.

Operacionalización de la variable: Procesos Administrativos

Variable	Dimensiones	Indicador	Ítems	Escala	Niveles y Rangos
Procesos Administrativos	Planeación	Objetivos	1, 2, 3	Totalmente en desacuerdo (1)	
		Misión y Visión			
		Estrategia			
	Organización	Etapas de la organización	4, 5, 6	En desacuerdo (2)	Malo (16-31)
		Principios de la organización			
		Diseño organizacional			
	Dirección	Comunicación	7, 8, 9, 10	Ni en desacuerdo ni acuerdo (3)	Regular (32-47)
		Estrategias de Negociación			
		Liderazgo			
		Motivación			
	Control	Evaluación de información	11, 12,	Totalmente de acuerdo (5)	Bueno (48 – 63)
		Evaluación desempeño			
					Óptimo (64 – 80)

Tabla 30.

Operacionalización de la variable: Imagen Corporativa

Variable	Dimensiones	Indicadores	N° Ítems	Escala y valores	Niveles y Rangos
Imagen Corporativa	Comunicación Corporativa	Identidad	13, 14, 15	Totalmente en desacuerdo (1)	Malo (16-31)
		Imagen			
		Posicionamiento de la marca			
	Públicos de Interés	Stakeholders Externos	16, 17	En desacuerdo (2)	Regular (32-47)
		Stakeholders Internos			
	Identidad Corporativa	Imagen de la marca	18, 19, 20	Ni en desacuerdo ni acuerdo (3)	Bueno (48 – 63)
		Publicidad de la marca			
		Reputación corporativa			
	Reputación Online	Redes Sociales	21, 21, 22	Totalmente de acuerdo (5)	Óptimo (64 – 80)
		Tecnología			
		Páginas Web			

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Proceso Administrativo y su relación con la Imagen Corporativa de la empresa Herrera DKP - San Miguel, 2019							
Apellidos y nombres del investigador: Sharienne Shannon Atencio Carrasco							
Apellidos y nombres del experto: Dra. Odoña Beatriz Panche Rodríguez							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Procesos Administrativos	Planeación	Objetivos	1,2,3	Totalmente en desacuerdo	x		
		Misión y Visión		-1	x		
		Estrategia		En desacuerdo	x		
	Organización	Etapas de la organización	4,5,6	-2	x		
		Principios de la organización		Ni en desacuerdo ni acuerdo	x		
		Diseño organizacional		-3	x		
	Dirección	Comunicación	7,8,9,10	De acuerdo	x		
		Estrategias de Negociación		-4	x		
		Liderazgo			x		
		Motivación		Totalmente de acuerdo	x		
	Control	Evaluación de Información	11,12	-5	x		
		evaluación desempeño			x		
Imagen Corporativa	Comunicación corporativa	Identidad	13, 14, 15	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni en desacuerdo ni acuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	x		
		Imagen			x		
		Posicionamiento de la marca			x		
	Públicos de Interés	Stakeholders Externos	16, 17		x		
		Stakeholders Internos			x		
	Identidad Corporativa	Imagen de la marca	18, 19, 20		x		
		Publicidad de la marca			x		
		Reputación corporativa			x		
	Reputación Online	Redes Sociales	21,22, 23		x		
		Tecnología			x		
Páginas Web		x					
Firma del experto			Fecha 03/ 07/2020				

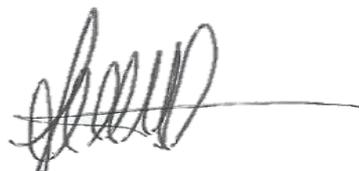
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO

El **MGTR. HANS MEJÍA GUERRERO**, quien ha tenido a bien de revisar el instrumento para medir los **PROCESOS ADMINISTRATIVOS**, elaborado por el (la) Sr(a): **SHARIANNE SHANNON ATENCIO CARRASCO**, da fe que el cuestionario cumple con los criterios establecidos de pertinencia, relevancia y claridad. Razón por la cual, se extiende el certificado de validez para que el investigador proceda con la aplicación.

Callao, 02 de julio del 2020



**MGTR. HANS MEJÍA
GUERRERO**

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: **“Proceso Administrativo y su relación con la imagen corporativa de la empresa Herrera DKP – San Miguel 2019”.**”

Apellidos y nombres del investigador: **Sharianne Shannon Atencio Carrasco**

Apellidos y nombres del experto: **MGTR. HANS MEJÍA GUERRERO**

DNI: **40720573**

Teléfono: **943351307**

Título/grados: **MAESTRO**

Cargo e institución en que labora: **JEFE DE INVESTIGACIÓN
FORMATIVA - UCV FILIAL CALLAO**

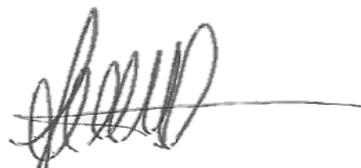
N°	ITEM	OPINIÓN DEL EXPERTO		
		SÍ	NO	OBSERVACIONES
1	Los objetivos planteados son de suma importancia para una empresa.	X		
2	La Misión y Visión es la base fundamental de toda organización.	X		
3	Las estrategias creadas por la organización son a base de los objetivos plantados ante una planeación.	X		
4	Una de las etapas de la organización es el perfil de un trabajador y saber a quién va a contratar para el puesto.	X		
5	Se sabe que un trabajador debe presentar sus informes a más de un superior, y ellos deben de saber a quién le presentan sus informes y quienes les informan a ellos.	X		
6	La estructura de una organización tiene que tener la departamentalización entre ellas.	X		
7	Desde el punto de vista de la administración, la comunicación es el proceso por el cual los miembros se transmiten información e interpretar su significado.	X		

8	La negociación se define como un proceso donde dos o más partes intercambian bienes y servicios.	X		
9	El líder debe dar el ejemplo a sus trabajadores a desempeñarse mejor que lo esperado y estimular a sus trabajadores.	X		
10	Se dice que la Motivación es la voluntad de ejercer un esfuerzo persistente para lograr las metas de la organización.	X		
11	Se dice que para un buen control se debe realizar una evaluación de información para entender los procesos planteados.	X		
12	La evaluación de desempeño son la base para una correcta toma de decisiones como ascensos, incremento de sueldo, despidos, etc.	X		

SUGERENCIAS:

NINGUA

Callao, 02 de julio del 2020



**MGTR. HANS MEJÍA
GUERRERO**

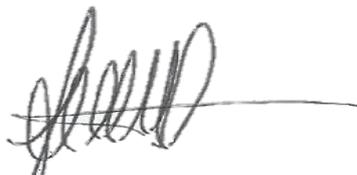
**FACULTAD DE CIENCIAS
EMPRESARIALES**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO

El **MGTR. HANS MEJÍA GUERRERO**, quien ha tenido a bien de revisar el instrumento para medir la **IMAGEN CORPORATIVA**, elaborado por el (la) Sr(a): **SHARIANNE SHANNON ATENCIO CARRASCO**, da fe que el cuestionario cumple con los criterios establecidos de pertinencia, relevancia y claridad. Razón por la cual, se extiende el certificado de validez para que el investigador proceda con la aplicación.

Callao, 02 de julio del 2020



**MGTR. HANS MEJÍA
GUERRERO**

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: **“Proceso Administrativo y su relación con la imagen corporativa de la empresa Herrera DKP – San Miguel 2019”.**”

Apellidos y nombres del investigador: **Sharianne Shannon Atencio Carrasco**

Apellidos y nombres del experto: **MGTR. HANS MEJÍA GUERRERO**

DNI: **40720573**

Teléfono: **943351307**

Título/grados: **MAESTRO**

Cargo e institución en que labora: **JEFE DE INVESTIGACIÓN FORMATIVA - UCV FILIAL CALLAO**

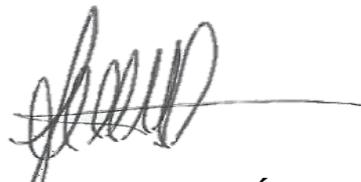
N°	ITEM	OPINIÓN DEL EXPERTO		
		SÍ	NO	OBSERVACIONES
1	La identidad de una empresa se basa en como el cliente ve reflejada el desarrollo de la organización.	X		
2	Los diseñadores son los responsables de la imagen corporativa de la empresa o producto.	X		
3	El posicionamiento de una marca es el lugar que ocupa en la cabeza de los clientes por el resto de los competidores.	X		
4	Se dice que los stakeholder externos son aquellos que tienen interés por la organización aunque no pertenezcan a ella de forma directa.	X		
5	Se dice que los que invierten y operan dentro de una organización tienen interés y se encuentran dentro de la empresa son los stakeholder internos.	X		
6	Se dice que la imagen de la marca no es tan importante para una organización.	X		

7	La publicidad corporativa de una organización se sabe que es importante pero si no se aplica una buena publicidad se puede llevar al fracaso a la empresa.	X		
8	Para reconocer la reputación corporativa de una empresa es necesario colocarse en la posición del cliente.	X		
9	Se cree que las Redes Sociales son de suma importancia para lograr que las organizaciones lleguen al éxito.	X		
10	Se debería aplicar siempre la tecnología en una organización.	X		
11	Se debería implementar las Páginas Web en todas las organizaciones para llegar a los clientes.	X		

SUGERENCIAS:

NINGUA

Callao, 02 de julio del 2020



**MGTR. HANS MEJÍA
GUERRERO**