



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**EL PLAN ESTRATÉGICO Y SU IMPACTO EN LA
IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA FASRUN
SAC, TACNA, 2022**

**PRESENTADO POR
CESAR AUGUSTO ACOSTA CHAPOÑAN
MELANY NICOLE PALOMINO RAMOS**

**ASESOR
CLAUDIA AMPARO TORRES LINARES**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**LIMA – PERÚ
2024**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**EL PLAN ESTRATÉGICO Y SU IMPACTO EN LA IMAGEN
CORPORATIVA DE LA EMPRESA FASRUN SAC, TACNA, 2022**

**PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR
CESAR AUGUSTO ACOSTA CHAPOÑAN
MELANY NICOLE PALOMINO RAMOS**

**ASESORA
MG. CLAUDIA AMPARO TORRES LINARES**

LIMA, PERÚ

2024

RESUMEN

Las exigencias de la demanda son cada vez más complejas y cambiantes en el mercado, este escenario caracterizado por la abundancia de información, eventos inesperados y una competencia dinámica, plantea desafíos para las empresas especialmente para las micros y pequeñas empresas (mype). En este contexto, la capacidad de adaptación y efectiva anticipación a los cambios del entorno se vuelven cruciales para mejorar la presencia en un mercado dinámico.

La investigación se enfocó en la empresa FASRUN S.A.C. que enfrenta desafíos en la imagen de la empresa. Para determinar el impacto del plan estratégico en la imagen corporativa, centrándose en la ciudad de Tacna. La investigación se presentó como un medio para desentrañar elementos que afectan a la imagen de la empresa, capturando dinámicas específicas del entorno local.

Se aplicó el diseño de investigación cuantitativa con enfoque no experimental de tipo explicativo descriptivo correlacional. Se utilizó una encuesta de 54 preguntas estructurado de tipo Likert, que fue aplicada a una muestra de 349 clientes de la empresa.

Por otro parte, se evaluó la calidad del instrumento en cada una de las variables de 349 clientes, se obtuvo como resultado para la variable Plan Estratégico un $\alpha = 0.876$ y para la variable Imagen Corporativa un $\alpha = 0.869$, lo que se consideró a ambos resultados como muy confiables. Finalmente, se concluyó que el plan estratégico si impacta positivamente en la imagen corporativa de la empresa, lo que alude que existe una buena percepción por parte de sus clientes sobre la empresa.

Palabras clave: Plan estratégico, imagen corporativa, identidad corporativa, comunicación corporativa, reputación corporativa.

NOMBRE DEL TRABAJO

**TESIS FASRUN SAC-PALOMINO Y ACOS
TA. (1).docx**

RECuento DE PALABRAS

25907 Words

RECuento DE CARACTERES

139939 Characters

RECuento DE PÁGINAS

167 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

6.1MB

FECHA DE ENTREGA

Nov 24, 2023 6:08 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Nov 24, 2023 6:10 PM GMT-5

● **13% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 11% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 11% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Fuentes excluidas manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Bloques de texto excluidos manualmente