

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>RESUMEN</b> .....	<b>5</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>6</b>
<b>I. OBJETIVOS</b> .....	<b>7</b>
1.1 Objetivo general .....	7
1.2 Objetivos específicos .....	7
<b>II. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>8</b>
<b>III. METODOLOGÍA</b> .....	<b>14</b>
3.1 Diseño de la investigación .....	14
3.2 Fuente de información .....	14
3.3 Población objetivo.....	14
3.4 Tipo de muestreo.....	14
3.5 Diseño del instrumento de medición.....	15
3.6 Pre-encuesta .....	15
3.7 Aplicación del instrumento de medición .....	16
3.8 Análisis de los datos.....	16
3.8.1 Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) .....	17
3.8.2 Prueba de esfericidad de Bartlett.....	17
3.8.3 Análisis Factorial .....	17
<b>IV. RESULTADOS</b> .....	<b>19</b>
4.1 Perfil de la muestra.....	19
4.2 Resultados muestra total .....	20
4.2.1 Análisis factorial muestra general .....	21
4.2.2 Identificación atributos de la marca MBA.....	21
4.3 Resultados muestra alumnos actuales .....	23
4.3.1 Análisis factorial muestra alumnos actuales .....	23
4.3.2 Identificación atributos de la marca MBA.....	24
4.4 Resultados muestra alumnos potenciales.....	25
4.4.1 Análisis factorial muestra alumnos potenciales.....	25
4.4.2 Identificación atributos de la marca MBA.....	26
<b>V. CONCLUSIONES</b> .....	<b>28</b>

<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>31</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>34</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: KMO y prueba de Bartlett.....	21
Tabla 2: Alfa de Cronbach muestra total.....	22
Tabla 3: KMO y prueba de Bartlett.....	23
Tabla 4: Alfa de Cronbach muestra alumnos actuales.....	25
Tabla 5: KMO y prueba de Bartlett.....	25
Tabla 6: Alfa de Cronbach muestra alumnos potenciales.....	27

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Modelo de la personalidad de la marca .....	11
Figura 2: Género .....	20
Figura 3: Rango de Edad .....	20
Figura 4: Años de experiencia laboral.....	21