



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

Calidad de servicio e imagen corporativa de un Instituto Superior Tecnológico
Público de San Juan de Lurigancho, 2018.

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

AUTORA:

Yakori Ivonne Fernandez Hernandez

ASESORA:

MG. Yvy Mogollon Cruz

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2018

DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
N° 041(D) - 2018-UCV Lima Ate /EP CC.CC-T

El presidente y los miembros del Jurado Evaluador designado con RESOLUCION DIRECTORAL N° 227 - 2018 - UCV Lima Ate/EP-CC.CC -T de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación acuerdan:

PRIMERO. -

Aprobar pase a publicación ()
Aprobar por unanimidad (X)
Aprobar por mayoría ()
Desaprobar ()

La tesis presentada por el (la) estudiante FERNANDEZ HERNANDEZ YAKORI IVONNE, denominado: **"CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN CORPORATIVA DE UN INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO, 2018"**.

SEGUNDO. - Al culminar la sustentación, el (la) estudiante **FERNANDEZ HERNANDEZ YAKORI IVONNE**, obtuvo el siguiente calificativo:

NUMERO	LETRAS	CONDICIÓN
16	Dieciséis	Aprobado por Unanimidad

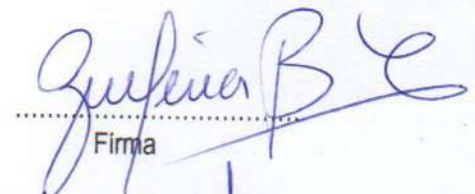
Fecha: **07/12/2018**

Hora: **19:50 pm**

Presidente (a): **Mg. GOMEZ DIAZ, RUBEN LUIS**


.....
Firma

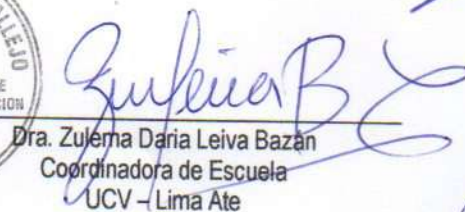
Secretario: **Dra. LEIVA BAZÁN, ZULEMA DARIA**


.....
Firma

Vocal: **Mg. MOGOLLÓN CRUZ YVY ELIZABETH**


.....
Firma




Dra. Zulema Daria Leiva Bazán
Coordinadora de Escuela
UCV - Lima Ate



Dedicatoria

En primer lugar, a Dios por darme las fuerzas necesarias para no rendirme y poder concluir con este trabajo.

Con mucho amor a mi mamá Violeta, mi papá Pablo y mi hermano Jhon, por su confianza y apoyo constante en todo momento.

Para ellos de todo corazón les dedico el presente trabajo.

Agradecimiento

A todos mis profesores por sus enseñanzas que me brindaron durante mi vida universitaria.

A mis amigos, quienes me alentaron para alcanzar mi objetivo.

A mis asesores temáticos y metodólogos por guiarme en el desarrollo de mi tesis, y finalmente a la Universidad César Vallejo por brindarme la formación profesional de la carrera que tanto me gusta.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Yakori Ivonne Fernández Hernández, estudiante de la Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 72221110, con la tesis titulada “Calidad de servicio e imagen corporativa de un Instituto Superior Tecnológico Público de San Juan de Lurigancho, 2018”; declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada; es decir no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que deriven de mi acción, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Ate, 07 de diciembre del 2018



Yakori Ivonne Fernández Hernández

DNI N°72221110

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo, me es grato presentar mi trabajo de investigación titulado “Calidad de servicio e imagen corporativa de un Instituto Superior Tecnológico Público de San Juan de Lurigancho, 2018”; el mismo que someto a su juicio crítico para su evaluación y espero cumpla con los requisitos de aprobación para la obtención del título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

La autora.

Índice

ACTA DE APROBACION DE LA TESIS.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	ix
Resumen	x
Abstract.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad Problemática	13
1.2. Trabajos Previos.....	14
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	18
1.4. Formulación al problema	25
1.5. Justificación del estudio.....	26
1.6. Hipótesis	27
1.7. Objetivo.....	28
II. MÉTODO.....	30
2.1. Diseño de investigación	31
2.2. Variables, Operacionalización	31
2.3. Población y muestra.....	33
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	34
2.5. Métodos de análisis de datos.....	38
2.6. Aspectos éticos.....	38
III. RESULTADOS	39
3.1. Análisis descriptivo variable 1	40
3.2. Análisis descriptivo variable 2.....	41
3.3. Contrastación de Hipótesis general.....	42
3.4. Contrastación de Hipótesis específica 1	42
3.5. Contrastación de Hipótesis específica 2	43
3.6. Contrastación de hipótesis específica 3	44

3.7. Contrastación de Hipótesis específica 4	44
3.8. Contrastación de Hipótesis específica 5	45
IV. DISCUSIÓN	47
V. CONCLUSIONES	51
VI. RECOMENDACIONES	53
VII. REFERENCIAS	55
ANEXOS	59

Índice de tablas

TABLA 1. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	32
TABLA 2. TOTAL DE ESTUDIANTES DEL I.E.S.T.P. “MANUEL SEOANE CORRALES”	33
TABLA 3. RELACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS	36
TABLA 4. VALIDEZ DE CONTENIDO POR CRITERIOS DE LA VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO	36
TABLA 5. VALIDEZ DE CONTENIDO POR CRITERIOS DE LA VARIABLE 2: IMAGEN CORPORATIVA	37
TABLA 6. CONFIABILIDAD: ALFA DE CRONBACH	38
TABLA 7. PERCEPCIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO	40
TABLA 8. PERCEPCIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA.....	41
TABLA 9. CORRELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA IMAGEN CORPORATIVA.	42
TABLA 10. CORRELACIÓN ENTRE ELEMENTOS TANGIBLES Y LA IMAGEN CORPORATIVA.	43
TABLA 11. CORRELACIÓN ENTRE SEGURIDAD Y LA IMAGEN CORPORATIVA.	43
TABLA 12. CORRELACIÓN ENTRE SEGURIDAD Y LA IMAGEN CORPORATIVA.	44
TABLA 13. CORRELACIÓN ENTRE FIABILIDAD Y LA IMAGEN CORPORATIVA.	45
TABLA 14. CORRELACIÓN ENTRE EMPATÍA Y LA IMAGEN CORPORATIVA.	45

Índice de figuras

FIGURA 1. PERCEPCIÓN SOBRE CALIDAD DE SERVICIO	40
FIGURA 2. PERCEPCIÓN SOBRE IMAGEN CORPORATIVA	41

Resumen

La finalidad de este estudio es determinar la relación entre calidad de servicio e imagen corporativa de un Instituto Superior Tecnológico Público de San Juan de Lurigancho, 2018.

La investigación es no experimental transversal, de nivel correlacional y enfoque cuantitativo. Se recolectaron los datos por medio de dos cuestionarios, uno de 18 ítems adaptado del modelo SERVQUAL, y el otro con 12 ítems, ambos en escala de Likert. La muestra estuvo compuesta por 291 estudiantes del IESTP “MSC”. Para el análisis de los datos se usó al programa SPSS versión 22.0.

La contrastación de hipótesis se realizó a través del estadístico no paramétrico Rho de Spearman, donde se determinó una correlación positiva moderada ($\rho=0,651$) entre las variables, con un nivel de significancia de 0,000.

Palabra clave: Calidad de servicio, Imagen corporativa, Instituto público.

Abstract

The purpose of this study is to determine the relationship between quality of service and the corporate image of a Higher Institute of Public Technology of San Juan de Lurigancho, 2018.

The research is non-experimental transversal, correlational level and quantitative approach. Data were collected by means of two questionnaires, one of 18 items adapted from the SERVQUAL model, and the other with 12 items, both on a Likert scale. The sample consisted of 291 students of the IESTP "MSC". For the analysis of the data the SPSS program version 22.0 was used.

The hypothesis testing was carried out using the Spearman nonparametric Rho statistic, where a moderate positive correlation ($\rho = 0.651$) was determined among the variables, with a level of significance of 0.000.

Keyword: Quality of service, Corporate image, Public institute.