



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE MARKETING Y  
DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Identidad corporativa y su relación con la imagen corporativa en la  
empresa Grupo Guerra Hermanos S.A.C, Lima, 2016.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE MARKETING Y  
DIRECCIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

Guerra Guzmán, Belgica Minerva

ASESOR:

Mg. Cesar Alberto Gamarra Cabello

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Comportamiento del Consumidor

Lima – Perú

2016 – II

Página del jurado

---

**Presidente**

Olivo Valenzuela, Luis Alberto

---

**Secretario**

Romero Farro, Víctor

---

**Vocal**

Gamarra Cabello, Cesar

## Dedicatoria

Este presente trabajo de investigación está dedicado a las personas que más amo en mi vida que es mi familia María E. Guzmán, Jesús E. Guerra y hermanas y aquellas personas que han recorrido este arduo y duro camino, con mucho esfuerzo ,disciplina y determinación, gracias por todo el apoyo.

#### Agradecimiento

Quiero agradecer muy cordialmente a mis profesores, asesores, que me apoyaron y en el presente trabajo de investigación; y a cada uno de las personas que me apoyaron y motivaron para continuar y perseguir mis sueños

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Belgica Minerva Guerra Guzmán, estudiante de la Facultad de ciencias Empresariales de la escuela Académico Profesional de Marketing y Dirección de Empresas de la Universidad Cesar Vallejo, identificado con DNI N° 48065281, con la tesis titulada Identidad corporativa y su relación con la imagen corporativa en la empresa Grupo Guerra Hermanos S.A.C, Lima, 2016. 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 no total no parcialmente.
3. La tesis no ha sido auto plagiado; 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 de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, octubre del 2016

---

Belgica Minerva Guerra Guzmán  
DNI N° 48065281

## Presentación

Señores miembros del jurado:

En el cumplimiento del Reglamento de Grado y Título de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “IDENTIDAD CORPORATIVA Y SU RELACION CON LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA Grupo Guerra Hermanos SAC, Lima, 2016.” La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Marketing y Dirección de Empresas.

La autora

## Índice

|   |      |
|---|------|
| Página del jurado.....  | ii   |
| Dedicatoria.....  | iii  |
| Agradecimiento.....   | iv   |
| Declaración de autenticidad.....  | v    |
| Presentación.....   | vii  |
| Resumen.....  | viii |
| Abstract.....   | ix   |
| I.INTRODUCCIÓN.....   | 10   |
| 1.1 Realidad problemática.....  | 10   |
| 1.2 Trabajos previos .....  | 11   |
| 1.3 Teorías relacionadas al tema.....   | 14   |
| 1.4 Formulación de problema .....   | 25   |
| 1.5 Justificación del estudio .....   | 26   |
| 1.6 Hipótesis.....  | 27   |
| 1.7 Objetivos .....   | 27   |
| II. METODOLOGIA.....  | 28   |
| 2.1 Diseño de investigación.....  | 28   |
| 2.2 Variables, Operacionalización .....   | 29   |
| 2.3 poblacion y muestra .....   | 32   |
| 2.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad ..... | 33   |
| 2.5 Métodos de análisis de datos.....   | 36   |
| 2.6 Aspectos éticos.....  | 36   |
| III. Resultados.....  | 37   |
| IV. Discusión .....   | 59   |
| V. Conclusión .....   | 60   |
| VI. Recomendación .....   | 62   |
| VII. Referencias .....  | 63   |
| ANEXOS.....   | 66   |

## Resumen

En la actualidad la identidad corporativa e imagen corporativa poseen un valor fundamental en las empresas lamentablemente muchos empresarios consideran que para ejecutar una identidad o imagen corporativa es necesario tener un emporio para hacerlo, el objetivo principal de este trabajo de investigación es determinar la relación entre identidad corporativa e imagen corporativa de la empresa Grupo Guerra Hermanos S.A.C. Lima, 2016.

La presente investigación permite demostrar la relación que existe entre identidad corporativa e imagen corporativa para encontrar la relación, se trabajó con una población de 62 colaboradores. El tipo de estudio es aplicada, diseño no experimental, descriptivo correlacional.

Los resultados alcanzados a partir del cuestionario realizado, demuestra que la variable1 identidad corporativa se relaciona con la variable 2 imagen corporativa

Palabras clave: rotación, involucramiento, compromiso, satisfacción en el trabajo.

## Abstract

At present, corporate identity and corporate image have a fundamental value in companies unfortunately many entrepreneurs consider that to execute an identity or corporate image is necessary to have an emporium to do so, the main objective of this research is to determine the relationship between identity Corporate and corporate image of the company Grupo Guerra Hermanos SAC Lima, 2016.

This research shows the relationship between corporate identity and corporate image to find the relationship, worked with a population of 62 employees. The type of study is applied, non-experimental design, descriptive correlation.

The results obtained from the questionnaire, shows that the variable1 corporate identity is related to variable 2 corporate image.