



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

Nivel de la identidad corporativa de los trabajadores de las tiendas financieras
de Interbank, Lima, 2016

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTORA

Lady Laura Martínez Tuiro

ASESOR

Mg. Javier Argote

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA - PERÚ

2016 - II

PÁGINA DEL JURADO

.....
Mg. César Smith Corrales

.....
Mg. Katherine Orbegoso Castillo

.....
Mg. Elenisa Uvidia Pillaca

DEDICATORIA

A Dios, por la oportunidad de llegar a esta etapa de mi vida profesional.

A mis padres, por el esfuerzo de siempre y el apoyo en cada momento de mi vida.

A mis hermanos, mi especial motivación a ser cada día mejor persona y profesional.

A mis mejores amigos, Olenka y Giovany, por todos estos años de anécdotas, apoyo, cariño y amistad.

AGRADECIMIENTO

A mis amigos y ex compañeros de trabajo en Interbank, por el apoyo en la aplicación de mi instrumento de investigación.

A mis profesores y asesores, por la exigencia y motivación para que esta investigación sea cada vez mejor.

A Gustavo y Ángel por el apoyo y comprensión durante toda la ejecución de este trabajo.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Martinez Tuiro Lady Laura con DNI N° 70272464, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicaciones, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Lima, 30 de noviembre del 2016

Lady Laura Martinez Tuiro

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Nivel de la identidad corporativa de los trabajadores de las tiendas financieras de Interbank, Lima, 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Lady Laura Martinez Tuiro

ÍNDICE

Página del jurado	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de autenticidad	iv
Presentación	v
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad Problemática	1
1.2 Trabajos previos	7
1.3 Teorías relacionadas al tema	10
1.4 Justificación del estudio	11
1.5 Formulación del problema	12
1.6 Objetivo	13
1.7 Hipótesis	13
II. MÉTODO	
2.1 Diseño de investigación	14
2.2 Variables, operacionalización	16
2.3 Población y muestra	17
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	18
2.5 Métodos de análisis de datos	19
2.6 Aspectos éticos	23
III. RESULTADOS	24
IV. DISCUSIÓN	44

V.CONCLUSIONES	47
VI.RECOMENDACIONES	48
VII.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49

ANEXOS

- ✓ Instrumento
- ✓ Validación de expertos
- ✓ Matriz de consistencia
- ✓ Cargo y aceptación de autorización

RESUMEN

En la presente investigación se planteó el siguiente problema, ¿Cuál es el nivel de la identidad corporativa de los trabajadores de las tiendas financieras de Interbank, Lima, 2016? Asimismo, se determinó el siguiente objetivo: identificar el nivel de identidad corporativa de los trabajadores de las tiendas financieras de Interbank, Lima, 2016. Se utilizaron las técnicas de V de Aiken y Alfa de Cronbach, y el instrumento del cuestionario, con un factor de validación de 94% y confiabilidad de 0,862%, llegando a la siguiente conclusión: El nivel de identidad corporativa de los trabajadores de las tiendas financieras de Interbank en Lima, es en su mayoría alto, esto se pudo conocer luego de analizar los resultados de que se obtuvo al aplicar la encuesta sobre la muestra de los trabajadores, por lo que se puede entender que la empresa ha realizado un fuerte trabajo comunicacional de su identidad.

Palabras clave: identidad, trabajadores, organización.

ABSTRACT

In the present investigation was raised the following problem, what is the level of the corporate identity of workers in the financial stores of Interbank, Lima, 2016? Also, is determined the following objective: know the level of identity corporate of the workers of the stores financial of Interbank, Lima, 2016. Is used them technical of V of Aiken and alpha of Cronbash, and the instrument of the questionnaire, with a factor of validation of 94% and reliability of 0,862%, coming to the following conclusion: the corporate identity of workers in the financial stores of Interbank in Lima, is mostly high, this could meet after analyzing the results that were obtained by applying the survey sample of workers, so it can be understood that the company has made a strong communicational work of their identity.

Key words: identity, workers, organization.