



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO
GRÁFICO EMPRESARIAL

Relación de la Identidad Corporativa de la Empresa de Transportes Los
Pioneros S.A. y el Conocimiento de la Marca en el AA.H.H. Nuevo
Amanecer en San Martín de Porres, Lima, 2016.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

AUTORA

Flor Jaqueline Peña Carbajal

ASESOR

Miguel Antonio Cornejo Guerrero, Ph. D.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Arte Visual y Sociedad: Análisis y Desarrollo de proceso de Comunicación Visual, en el
Avance de la Sociedad Contemporánea.

LIMA - PERÚ

Año 2016 - II

PRESIDENTE
Primer Jurado
Miguel Antonio Cornejo Guerrero, Ph. D.

Secretario
Segundo Jurado
Lic. Liliana Melchor Agüero.

Vocal
Tercer Jurado
Mg. Rocío Bernaza Zavala.

DEDICATORIA

A nuestro Padre Celestial por permitirme culminar mi trabajo de investigación satisfactoriamente; seguido de mi familia por su apoyo y compromiso con mi carrera profesional; y a mis Docentes, por sus valiosos y honorables conocimientos y experiencia, para guiarme en mi investigación, también a mis amigos y compañeros por ayudarme.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a nuestro Padre Celestial Dios por darnos todo lo que tenemos y por hacer posible la culminación de este trabajo de investigación, continuando con mi familia Lidia Carbajal, Luis Alberto Peña, Cindy y Giancarlo por su comprensión, apoyo moral y el entusiasmo con el que valoran mi esfuerzo y a mis Docentes Lic. Mirtha Montoya, Dr. Miguel Antonio Cornejo, Lic. Juan Tanta por sus valiosos, honorables conocimientos y experiencia, por apoyarme, guiarme en mi investigación y piezas gráficas.

DECLARACIÓN DE AUNTENCIDAD

Yo Flor Jaqueline Peña Carbajal con DNI N° 72440524, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Arte y Diseño Gráfico Empresarial, declaro bajo juramento que todo 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 académica de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 22 de Noviembre del 2016

Flor Jaqueline Peña Carbajal

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Relación de la Identidad Corporativa de la Empresa de Transportes Los Pioneros S.A. y el Conocimiento de la Marca en el AA.H.H. Nuevo Amanecer en San Martín de Porres, Lima, 2016.”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial.

Flor Jaqueline Peña Carbajal

ÍNDICE

RESUMEN.....	XI
ABZTRACT.....	XII
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad Problemática	01
1.2 Trabajos Previos	02
1.3 Teorías Relacionadas al tema	06
1.4 Formulación del problema.....	23
1.5 Justificación del estudio.....	24
1.6 Hipótesis	25
1.7 Objetivos	27
II. MÉTODO	
2.1 Diseño de Investigación	27
2.2 Variable, Operacionalización.....	28
2.3 Población, muestra y muestreo	31
2.4 Técnicas e instrumento recolección de datos, valides y confiabilidad....	32
2.5 Métodos de análisis de datos.....	34
2.6 Aspectos éticos	35
III. RESULTADOS.....	36
IV. DISCUSIÓN.....	50
V. CONCLUSIONES.....	55
VI. RECOMENDACIONES.....	56
VII. REFERENCIAS	57
VIII. ANEXOS.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de la Variables.....	28
Tabla 2. Operacionalización de la Variable X	30
Tabla 3. Operacionalización de la Variable Y	30
Tabla 4. Prueba binominal.....	34
Tabla 5. Confiabilidad del instrumento.....	35
Tabla 6. Frecuencia de la Variable X: Identidad Corporativa.....	35
Tabla 7. Frecuencia de la Variable Y: Conocimiento de Marca	36
Tabla 8. Frecuencia de la Pregunta 01.....	37
Tabla 9. Frecuencia de la Pregunta 02.....	37
Tabla 10. Frecuencia de la Pregunta 03	38
Tabla 11. Frecuencia de la Pregunta 04.....	38
Tabla 12. Frecuencia de la Pregunta 05.....	39
Tabla 13. Frecuencia de la Pregunta 06	39
Tabla 14. Frecuencia de la Pregunta 07.....	40
Tabla 15. Frecuencia de la Pregunta 08.....	40
Tabla 16. Frecuencia de la Pregunta 09	41
Tabla 17. Frecuencia de la Pregunta 10.....	41
Tabla 18. Frecuencia de la Pregunta 11.....	42
Tabla 19. Frecuencia de la Pregunta 12.....	42
Tabla 20. Frecuencia de la Pregunta 13.....	42

Tabla 21. Frecuencia de la Pregunta 14.....	43
Tabla 22. Frecuencia de la Pregunta 15.....	43
Tabla 23. Prueba de Normalidad de las variables: Identidad Corporativa y Conocimiento de la Marca.....	44
Tabla 24. Correlación de las Variables: Identidad Corporativa y Conocimiento de la Marca	44
Tabla 25. Prueba de Normalidad de las dimensiones: Técnicas de Identidad Visual y Notoriedad de Marca	45
Tabla 26. Correlación de las dimensiones: Técnicas de Identidad Visual y Notoriedad de Marca	46
Tabla 27. Prueba de Normalidad de las dimensiones: Técnicas de Identidad Visual y Notoriedad de Marca	47
Tabla 28. Correlación de las dimensiones: Técnicas de Identidad Visual y Categorías de las Asociaciones de la Marca	47
Tabla 29. Prueba de Normalidad de las dimensiones: Distema de Diseño y Notoriedad de Marca	48
Tabla 30. Correlación de las dimensiones: Distema de Diseño y Notoriedad de Marca	48
Tabla 31. Prueba de Normalidad de las dimensiones: Distema de Diseño y Categorías de las Asociaciones de Marca	49
Tabla 32. Correlación de las dimensiones: Distema de Diseño y Categorías de las Asociaciones de la Marca	50

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Variable 1: Identidad Corporativa.....	68
Gráfico 2. Variable 2: Conocimiento de la Marca.....	68
Gráfico 3. Técnicas de Identidad Visual.....	69
Gráfico 4. Sistemas de Diseño.....	69
Gráfico 5. Notoriedad de la Marca.....	70
Gráfico 6. Categorías de las Asociaciones de la Marca.....	70
Gráfico 7. Gráfico de Barras de la Pregunta 01.....	71
Gráfico 8. Gráfico de Barras de la Pregunta 02.....	71
Gráfico 9. Gráfico de Barras de la Pregunta 03.....	72
Gráfico 10. Gráfico de Barras de la Pregunta 04.....	72
Gráfico 11. Gráfico de Barras de la Pregunta 05.....	73
Gráfico 12. Gráfico de Barras de la Pregunta 06.....	73
Gráfico 13. Gráfico de Barras de la Pregunta 07	74
Gráfico 14. Gráfico de Barras de la Pregunta 08.....	74
Gráfico 15. Gráfico de Barras de la Pregunta 09	75
Gráfico 16. Gráfico de Barras de la Pregunta 10	75
Gráfico 17. Gráfico de Barras de la Pregunta 11	76
Gráfico 18. Gráfico de Barras de la Pregunta 12.	76
Gráfico 19. Gráfico de Barras de la Pregunta 13.....	77
Gráfico 20. Gráfico de Barras de la Pregunta 14.....	77
Gráfico 21. Gráfico de Barras de la Pregunta 15.....	78

RESUMEN

La presente investigación es describir la relación de la Identidad Corporativa de la Empresa de Transportes Los Pioneros S.A. y el Conocimiento de la Marca en el AA.H.H. Nuevo Amanecer en San Martín de Porres, Lima, 2016.

La realización de la investigación fue de un enfoque cuantitativo – descriptivo, tipo no experimental y comprende un diseño correlacionar. La investigación tubo una muestra de 267 usuarios de población infinita, así mismo se les aplicó una encuesta de recolección de datos, el cual ayudo a la información.

Para el análisis estadístico se registraron los resultados para realizar la investigación, donde se utilizó el software estadístico SPSS, el cual ayudó a realizar el análisis descriptivo, con la finalidad del instrumento al obtener 0.811 de coeficiente de alfa cronbach y la contratación de la hipótesis.

Así mismo el resultado indicó que hay correlación positiva entre ambas variables Identidad Corporativa y Conocimiento de Marca, afirmando la aceptación de la hipótesis de investigación, la Identidad Corporativa de la Empresa de Transporte los Pioneros S.A. es favorable en relación al Conocimiento de la marca en el AA. HH. Nuevo Amanecer en San Martín de Porres, Lima, 2016.

Palabras Claves: Identidad Corporativa, Conocimiento de Marca, Técnicas de la Identidad Visual, Sistemas de Diseño, Notoriedad de la Marca y Categorías de las Asaciones de la Marca.

ABSTRACT

The present investigation is to describe the relationship of the corporate identity of the transport undertaking Pioneers S.A. and the knowledge of the trademark in the AA.H.H. New Dawn in San Martin de Porres, Lima, 2016.

The conduct of the investigation was of a quantitative approach - descriptive, non-experimental design and includes a map. The research a sample tube of 267 users of infinite population, it is applied a survey of data collection, which helped me with the information.

For the statistical analysis results were recorded for the conduct of the investigation, where we used the SPSS statistical software, which helped to make the descriptive analysis, with the purpose of the instrument to get 0.811 Cronbach alpha coefficient and the recruitment of the hypothesis.

Likewise the result indicated that there is a positive correlation between both variables Corporate Identity and brand awareness, affirming the acceptance of the research hypothesis, the corporate identity of the Transport Company The Pioneers S.A. is favorable in relation to the knowledge of the trademark in the AA. HH. New Dawn in San Martin de Porres, Lima, 2016.

Key words: Corporate Identity, Brand Awareness, Techniques of the visual identity, systems design, visibility of the mark and the Asaciones Categories of the mark.