



ESCUELA DE POSTGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Imagen corporativa y satisfacción del usuario de la
Oficina Registral de Moyobamba - 2014**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAGISTER EN GESTIÓN PÚBLICA

AUTORA:

BACH. ANGELINA FLORES AGUIRRE

ASESOR:

MG. ANTONIO SALATIEL TERRONES BORREGO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

DIRECCIÓN

MOYOBAMBA - PERÚ

2014

PÁGINA DEL JURADO

T E S I S:

**IMAGEN CORPORATIVA Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA OFICINA
REGISTRAL DE MOYOBAMBA - 2014**

**PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE
MAGISTER EN GESTIÓN PÚBLICA**

PRESENTADA POR LA BACHILLER:

ANGELINA FLORES AGUIRRE

APROBADA POR:

MG. ALFONSO YSUIZA PÉREZ

Presidente

MG. WILSON TORRES DELGADO

Secretario

MG. ANTONIO SALATIEL TORRONES BORREGO

Vocal

Moyobamba, 25 de abril de 2015

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado a mi adorada hija Yelitsa y a mis hermanos María Jesús, Sixto, Agapito y Teófila.

AGRADECIMIENTOS

A mi hija Yelitsa, mis hermanos María Jesús, Sixto, Agapito y Teófila por su apoyo permanente durante el proceso de la realización de esta investigación.

A la Plana Directiva de la Universidad Cesar Vallejo, por haber gestionado y logrado la autorización para la realización de programas de post grado en esta parte del Perú (Moyobamba capital del departamento de San Martín) con docentes de alto nivel académico.

Al tutor Mg. Terrones Borrego, Antonio Zalatiel quién orientó la ejecución de este trabajo.

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Yo, **ANGELINA FLORES AGUIRRE**, estudiante del Programa MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificada con **DNI N° 18134733**, con la tesis titulada **“IMAGEN CORPORATIVA Y SATISFACCION DEL USUARIO DE LA OFICINA REGISTRAL DE MOYOBAMBA EN EL AÑO 2014”**.

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 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.

Moyobamba, 25 de abril de 2015.



ANGELINA FLORES AGUIRRE

DNI 18134733

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada "IMAGEN CORPORATIVA Y SATISFACCION DEL USUARIO DE LA OFICINA REGISTRAL DE MOYOBAMBA EN EL AÑO 2014", con la finalidad de analizar la relación entre la Imagen corporativa y la satisfacción del usuario, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Grado Académico de Magister en Gestión Pública.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La Autora.

INDICE

Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Presentación	vi
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	11
Antecedentes	12 al 28
Fundamentación científica.	28
Justificación técnica, metodológica, práctica y académica	28 al 29
Problema	29 al 30
Hipótesis	30 al 31
Objetivos	31
II. MARCO METODOLÓGICO	32
Variables	32
Operacionalización de variables	33
Metodología	34 al 36
Tipo de estudio	36
Diseño	36
Población, muestra y muestreo	37
Técnicas e instrumentos	37
Métodos de análisis de datos	38 al 39

III. RESULTADOS	40 al 53
IV. DISCUSIÓN	54 al 66
V. CONCLUSIONES	67
VI. RECOMENDACIONES	68
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69 al 72
VIII. PAGINAS WEB	73

RESUMEN

La investigación denominada "Imagen corporativa y satisfacción del usuario de la Oficina Registral de Moyobamba-2014", tuvo como objetivo general establecer la relación entre imagen corporativa y la satisfacción del usuario de la Oficina Registral de Moyobamba en el año 2014. La investigación fue descriptiva correlacional, la población y muestra estuvo constituida por usuarios de la Oficina Registral de Moyobamba; en cuanto a la recopilación de datos de campo se utilizó la técnica de la encuesta, con escalas ordinales. Los resultados de la investigación evidencian que existe una imagen corporativa dispersa puesto que los porcentajes son próximos entre sí lo que demuestra desinformación de los usuarios demostrándose limitaciones en las dimensiones de notoriedad y contenido. Con respecto a la satisfacción se evidenció un nivel de satisfacción alta de parte de los usuarios. La conclusión principal fue que existe una correlación positiva muy alta, lo que comprueba la relación directamente proporcional entre "Imagen Corporativa" y "Satisfacción".

Palabras Clave: Imagen Corporativa, Satisfacción, Usuario.

ABSTRACT

The research called "Corporate image and user satisfaction of the Registry Office of Moyobamba-2014", had as its overall objective to establish the relationship between corporate image and customer satisfaction of the Registry Office of Moyobamba in 2014. The research was descriptive correlational, population and sample consisted of users of the Registry Office of Moyobamba; regarding the collection of field data survey technique with ordinal scales was used. The research results show that there is a dispersed corporate image as percentages are close together which shows disinformation users demonstrating limitations in the dimensions of reputation and content. Satisfaction regarding high satisfaction level of the users was observed. The main conclusion was that there is a high positive correlation, which proves the direct relationship between "corporate image" and "Satisfaction".

Keywords: Corporate Image, Satisfaction, User.