



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**“RELACIÓN ENTRE LA PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN  
CORPORATIVA Y LA LEALTAD DE LOS CLIENTES DE  
LAS EMPRESAS DE TELEFONÍA MÓVIL EN EL DISTRITO  
DE TRUJILLO EN EL AÑO 2015”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:  
CEDEÑO CRESPO CINTHYA GABRIELA**

**ASESOR:  
MG. RAMÍREZ SALINAS LUIS ENRIQUE**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:  
MARKETING**

**TRUJILLO – PERU  
2015**

## **PÁGINA DEL JURADO**

---

**Mg. Luis Enrique Ramírez Salinas**  
**Presidente**

---

**Dra. Luz Baltodano Nontol**  
**Secretaria**

---

**Mg. Alexander Zavaleta Nuñez**  
**Vocal**

## DEDICATORIA

En primer lugar le dedico esta investigación a Dios por darme fuerza y sabiduría para poder continuar en esos momentos cruciales cuando estuve a punto de dejar caer mi esfuerzo, siempre me guio por el camino de valentía, verdad y perseverancia para continuar siempre fuerte y firme.

De igual forma, dedico esta tesis a la mujer que me dio la vida mi madre Rosa Crespo Narro que ha sabido ser mi fortaleza en momentos difíciles y formarme con un mundo lleno de valores.

Al hombre que me ama más que a su vida, mi padre Luis Cedeño Medina, el cual me enseñó siempre salir adelante perseverante y no dejarse caer y luchar por lo que uno anhela en esta vida.

A mi hermano Leonel Cedeño que siempre estuvo apoyándome en todo aspecto, gracias por enseñarme a ser perseverante y a luchar ante cualquier obstáculo.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante toda mi vida y fortalecerme para superar obstáculos y momentos difíciles a lo largo de mi caminar.

Al asesor metodólogo, el Mg. Luis Ramírez Salinas, por haber permitido que llegue a cumplir mi meta planteada, por su apoyo con los conocimientos impartidos para el desarrollo de la investigación.

A mis padres Luis y Rosa, que con su ejemplo me han inculcado valores a lo largo de mi vida, siempre perseverar a través de sus sabios consejos y modelos ejemplares.

A mi hermano Leonel, por su mano amiga en todo momento y toda su confianza depositada en mi capacidad.

A la Dra. Rosa Moreno por ser parte esencial de este logro, el cual le comparto, ya que me orientó y apoyó con sabios consejos de perseverancia para la realización de esta tesis.

Al Licenciado Miguel Pinglo el cual me ha brindado su apoyo intelectual y moral de manera incondicional para que se realice esta investigación.

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Cinthya Gabriela Cedeño Crespo con DNI N° 72103425, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, 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.

Trujillo, Diciembre del 2015



---

Cinthya Gabriela Cedeño Crespo  
DNI 72103425

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, presento ante ustedes la Tesis titulada "Relación entre la percepción de la imagen corporativa y la lealtad de los clientes de las empresas de telefonía móvil en el Distrito de Trujillo en el año 2015" , con la finalidad de determinar la relación existente entre la percepción de la imagen corporativa y la lealtad de los clientes de las empresas de telefonía móvil en el distrito de Trujillo en el año 2015, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración.

La presente investigación ha sido elaborada con dedicación y esmero, la misma que ha sido profundizada mediante la recopilación de datos estadísticos, con la participación adjunta de mi metodólogo y con la aplicación de los conocimientos adquiridos durante estos años de estudio.

Así mismo, consta de ocho capítulos: Capítulo I: Introducción; Capítulo II: Método; Capítulo III: Resultados; Capítulo IV: Discusión; Capítulo V: Conclusión; Capítulo VI: Recomendaciones; Capítulo VII: Propuesta y finalmente el Capítulo VIII: Referencias.

Es propio de mí para expresar mi más sincero agradecimiento a todos mis profesores que con su enseñanza brindada han logrado que yo pueda culminar con mi investigación.

Esperando cumplir con los requisitos de su aprobación.

Atentamente,

La Autora.

# ÍNDICE

	Pág.
PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN .....	vi
ÍNDICE .....	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Realidad problemática .....	1
1.2. Trabajos previos .....	2
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	4
1.3.1 Imagen corporativa.....	4
1.3.1.1 Medición de la Imagen Corporativa.....	5
1.3.2 Lealtad .....	8
1.3.2.1 Dimensiones.....	9
1.3.2.2 Medición de la Lealtad.....	11
1.3.3 Relación entre la imagen corporativa y la lealtad .....	15
1.4. Formulación del problema.....	17
1.5. Justificación del estudio .....	17
1.6. Hipótesis .....	18
1.7. Objetivos.....	18
1.7.1 General .....	18
1.7.2 Específicos.....	18
II. MÉTODO .....	20
2.1. Diseño de investigación .....	20
2.2. Variables, operacionalización .....	21
2.3. Población y muestra.....	22
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	24
2.5. Métodos de análisis de datos.....	25
2.6. Aspectos éticos .....	27

III.	RESULTADOS .....	28
IV.	DISCUSIÓN .....	37
V.	CONCLUSIÓN .....	41
VI.	RECOMENDACIONES .....	43
VII.	REFERENCIAS .....	44
	ANEXOS .....	47

## RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad determinar la relación existente entre la percepción de la imagen corporativa y la lealtad de los clientes de las empresas de telefonía móvil en el distrito de Trujillo en el año 2015. La metodología utilizada en la investigación consistió en un diseño no experimental, de corte transversal, cuya población estuvo conformada por los 270, 334 clientes de las empresas de telefonía móvil Movistar, Claro y Entel de 15 a 49 años de edad del distrito de Trujillo, obteniendo como muestra 216 clientes de las empresas de telefonía móvil. El instrumento de recolección de datos utilizado fue un cuestionario el cual fue aplicado a los clientes de las empresas Movistar, Claro y Entel, y por consiguiente se utilizó el Rho de Spearman, para determinar la existencia de la relación entre las variables de investigación. La presente investigación concluyó que existe relación directa entre la percepción de la imagen corporativa y la lealtad de los clientes de las empresas de telefonía móvil en el distrito de Trujillo en el año 2015, con un coeficiente de correlación de Spearman de 0,926, demostrando que si existe relación positiva muy fuerte entre ambas variables. En este sentido la hipótesis planteada ha sido aceptada, puesto que si existe relación entre la percepción de la imagen corporativa y la lealtad de los clientes de las empresas de telefonía móvil en el distrito de Trujillo en el año 2015.

Palabras claves: Imagen corporativa, lealtad

## **ABSTRACT**

This research aims to determine the relationship between the perception of the corporate image and customer loyalty of mobile phone companies in the district of Trujillo in 2015. The methodology used in the research consisted of a not experimental design, cross-sectional, whose population consisted of 270, 334 customers of mobile phone companies Movistar, Claro and Entel, 15 to 49 years old of district of Trujillo, obtaining as sample 216 business customers mobile. The data collection instrument was a questionnaire which was applied to business customers Movistar, Claro and Entel, and therefore the Rho of Spearman was used to determine the existence of the relationship between research variables. This research concluded that exists a direct relationship between the perception of the corporate image and customer loyalty of mobile phone companies in the district of Trujillo in 2015, with a Spearman correlation coefficient of 0.926, showing that exists a very strong positive relationship between the two variables. In this sense, the hypothesis has been accepted, because exists a relationship between the perception of corporate image and customer loyalty of mobile phone companies in the district of Trujillo in 2015.

Keywords: Corporate image, loyalty.