



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN**

**RELACIÓN ENTRE LA GESTIÓN DE COMUNICACIÓN
CORPORATIVA DESARROLLADA POR LA MUNICIPALIDAD
METROPOLITANA DE LIMA Y SU IMAGEN INSTITUCIONAL
ALCANZADA EN LOS JOVENES DE 18 A 25 AÑOS DEL DISTRITO
DE PUENTE PIEDRA A TRAVÉS DE LAS OBRAS VIALES
REALIZADAS EN EL PRIMER SEMESTRE DEL 2015**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTORA

JOANNA LIZBETH VIVAR TOLEDO

ASESOR

CÉSAR AUGUSTO SMITH CORRALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORANEA

LIMA – PERU

Año 2015

PÁGINA DEL JURADO

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

La presente tesis está dedicada a mis padres y mis hermanos, ya que gracias a su apoyo tanto económico y emocional me sirvieron para poder finalizar mi carrera y alcanzar mis metas.

AGRADECIMIENTO

En la presente investigación de tesis agradezco a Dios por haberme brindado la fortaleza y tenacidad para culminar satisfactoriamente con el trabajo de investigación.

Asimismo a mi alma mater, pues a lo largo de mi carrera me brindó la oportunidad de crecer y desarrollar mis conocimientos adquiridos a través de los cinco años de estudio.

Le doy gracias a mi familia, pues fue mi principal apoyo en aquellos momentos cuando sentía que no podía más, por brindar su comprensión y animarme a seguir adelante. En especial a mis padres quienes a lo largo de mi carrera me apoyaron no solo económicamente sino también me inculcaron valores y me incentivaron a sentirme orgullosa de mi centro de estudios.

A mis hermanos quienes se preocuparon por ayudarme, en especial a mi hermano por tener la paciencia y sobre todo por brindarme sus conocimientos que adquirió a lo largo de su carrera.

A los docentes que participaron de la fase de investigación y quienes colaboraron en todo momento con la presente tesis. Asimismo a mis amigas Vania Gómez, María Pacheco, Yeny Medrano y Vania Gonzales, quienes me apoyaron en la realización de esta investigación con sus buenos deseos, por estar constantemente apoyándome y guiándome para sacar adelante la tesis.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Joanna Lizbeth Vivar Toledo con DNI N° 47494985, 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 Comunicación, 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, 19 de noviembre del 2015

**Joanna Lizbeth
Vivar Toledo**

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Relación entre la Gestión de Comunicación Corporativa desarrollada por La Municipalidad Metropolitana de Lima y su imagen institucional alcanzada en los jóvenes de 18 a 25 Años del distrito de Puente Piedra a través de las obras viales realizadas en el primer semestre del 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 Ciencias de la Comunicación..

Joanna Lizbeth Vivar Toledo

INDICE

Página de jurado.....	II
Dedicatoria.....	III
Agradecimiento.....	IV
Declaración de autenticidad.....	V
Presentación.....	VI
Resumen.....	VIII
Abstract.....	IX

I. INTRODUCCIÓN

Realidad problemática.....	10-28
Antecedentes.....	10-28
Marco teórico.....	10-28
Formulación del problema.....	10-28
Justificación.....	10-28
Hipótesis.....	10-28
Objetivos.....	10-28

II. MÉTODO

2.1 Diseño, tipo y nivel de investigación

2.1.1 Diseño de la investigación.....	29
2.1.2 Tipo de investigación	30
2.1.3 Nivel del investigación.....	31

2.2 Variables

2.2.1 Variables independientes.....	32
2.2.2 Variable dependiente.....	33
2.2.3 Operacionalización de variables.....	34

2.3 población y muestra

2.3.1 Población.....	35
2.3.2 Muestra	36

2.4 técnicas e instrumentos de datos	
2.4.1 confiabilidad	37
2.4.2 Métodos de análisis de datos.....	38
2.4.3 Aspectos éticos	39
III. RESULTADOS	
3.1 Prueba de chi- cuadrado.....	40
3.2 Contrastación de hipótesis	41
3.3 Análisis descriptivos	42
3.4 Análisis explicativos.....	43
IV. DISCUSIONES	
V. CONCLUSIONES	
VI. RECOMENDACIONES	
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍAS	
VIII. ANEXOS	
8.1 Confiabilidad	50
8.2 Matriz de consistencia	51
8.3 Instrumento	52
8.4 Gráficas	53

RESUMEN

El propósito de la presente investigación, fue determinar la relación entre la comunicación corporativa desarrollada por la Municipalidad de Lima y su imagen corporativa alcanzada en los jóvenes de 18 a 25 años del distrito de Puente Piedra respecto a las obras viales del primer semestre del 2015.

El proceso de investigación se llevó a cabo mediante la recolección de datos a través de la encuesta, la cual fue validada por métodos estadísticos tales como la prueba de chi cuadrado que se encarga de demostrar si existe o no relación entre variables y el de spearman que sirve para medir el grado de relación que existe entre las variables.

Asimismo el método de chi cuadrado confirmo que existe un relación directa entre la comunicación corporativa desarrollada por la Municipalidad de Lima y su imagen alcanzada a través de sus obras viales realizadas en el primer semestre del 2015, asimismo la prueba de spearman arrojó que existe una relación moderada entre estas variables. De esta manera se estudiaron los elementos fundamentales de comunicación corporativa y la imagen corporativa.

Palabras clave:

Imagen corporativa

Comunicación corporativa

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the relationship between corporate communication developed by the Municipality of Lima and corporate image achieved in youth 18 to 25 years of Puente Piedra district about roadworks in the first half of 2015.

The research process was conducted by collecting data through the survey, which was validated by statistical methods such as chi-square test that handles demonstrate whether there is a relation between variables and Spearman It used to measure the degree of relationship between the variables.

Also the chi-square method confirmed that there is a direct relationship between corporate communication developed by the Municipality of Lima and its image achieved through its roadworks conducted in the first half of 2015, Spearman test also threw a relationship moderate between these variables. Thus the fundamental elements of corporate communication and corporate image were studied.

Keywords:

Corporate image

Corporate communication