



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

TÍTULO:

Percepción de la imagen corporativa de la empresa Sodimac en los
integrantes del círculo de especialistas, San Miguel 2017

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTORA:

Rocio Choquehuanca Ferrer Rocio

ASESOR:

Lic. Cecilia Brenner Galarza

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2017 – I

PÁGINA DEL JURADO

JURADO CALIFICADOR

PRESIDENTE

Grado: Magíster

Apellidos y Nombres: Cesar Smith Corrales

Firma

SECRETARIO

Grado: Magíster

Apellidos y Nombres:

Firma

VOCAL

Grado: Magíster

Apellidos y Nombres:

Firma

Dedicatoria

A todas las personas que en algún momento determinado de mi vida me hicieron sonreír.

Agradecimiento

A quienes están cada día para escucharme, guiarme, comprenderme y sobre todo darme amor, por sus desvelos sus esfuerzos y sus mimos por hacer que esto sea posible gracias papá y mamá.

A mi hermana por su comprensión y consejos y por darme dos sobrinos que me roban sonrisas cada día.

A todos los amigos que conocí durante mi vida universitaria, gracias por hacer de este, un viaje lleno de aventuras y risas.

A mis hijitas, gracias por ser mi motorcito de amor.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Rocio Choquehuanca Ferrer con DNI N° 46390965, 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 ,17 de julio del 2017

Rocio Choquehuanca Ferrer

PRESENTACIÓN

Señores miembro del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Percepción de la Imagen Corporativa de Sodimac en los integrantes del Círculo de Especialistas, San Miguel 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Rocio Choquehuanca Ferrer.

ÍNDICE

PORTADA	i
PAGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	ix
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.4 Formulación del problema	21
1.5 Objetivos de la investigación	21
CAPÍTULO II: MÉTODO	21
2.1 Diseño de la investigación	22
2.2 Operacionalización de variables	23
2.3 Población, muestra y muestreo	24
2.4 Técnica de recolección de datos, validez y confiabilidad	25
2.5 Métodos de análisis de datos	27
2.6 Aspectos éticos	27
CAPÍTULO III: RESULTADOS	28
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	48
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS	53
53	
ANEXOS	

RESUMEN

En la presente investigación se planteó el siguiente problema ¿Cuál es la percepción de la imagen corporativa de la empresa Sodimac por los integrantes del círculo de especialistas, San Miguel 2017?, asimismo se estableció el siguiente objetivo “Conocer la percepción de la imagen corporativa de la empresa Sodimac en los integrantes del círculo de especialistas, San Miguel, 2017”. Para ello, se utilizó la técnica de la encuesta y de instrumento el cuestionario con un factor de validación sobre los 20 ítems de un 91% y confiabilidad de 0. 726 Llegando a la conclusión que la percepción de la Imagen Corporativa de Sodimac es positiva , respecto a su comportamiento, cultura, identidad y reputación corporativa.

Palabras claves: *percepción, imagen, corporativa, comportamiento, cultura, identidad, reputación.*

ABSTRACT

In the present investigation the next problem: ¿ What is the perception of the corporate image of the company Sodimac in the members of the circle of specialists, San Miguel, 2017? So established the next objective "To know the perception of the corporate image of the company Sodimac in the members of the circle of specialists, San Miguel, 2017". For this, the technique of the survey and of the instrument was used the questionnaire with a validation factor on the 20 items of 91% and reliability of 0. 726 Concluding that the perception of the Corporate Image of Sodimac is positive, Respect to their behavior, culture, identity and corporate reputation.

Key words: *perception, image, corporate, behavior, culture, identity, reputation.*