



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

“La imagen corporativa del centro comercial Jockey Plaza en sus visitantes,  
Santiago de Surco, setiembre - octubre del 2016.”

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

AUTOR:

Román Guillermo Domínguez Iparraguirre

ASESOR:

Mg. Rafael Saavedra González

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

“Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea”

LIMA-PERÚ

2016 - II

Página del jurado:

.....  
Mg. César Smith Corrales

Presidente

.....  
Mg. Alfredo Cautín Martínez

Secretario

.....  
Mg. Rafael Saavedra González

Vocal

Dedicatoria:

La presente tesis está dedicada a mis padres, a los que amo y de quienes recibo sólo apoyo incondicional. En esta etapa de mi vida quiero dedicarles el fruto de muchas noches de esfuerzo. Finalmente, para mi prima Katty Iparraguirre Cadenillas, a la que quiero mucho y sé que me cuida desde el cielo.

#### Agradecimientos:

Quiero expresar mi agradecimiento en primer lugar a los docentes que a pesar de su recargada agenda decidieron realizar las validaciones y presentar sugerencias, al brillante apoyo y paciencia de mis asesores de tesis por facilitarme con sus conocimientos el desarrollo de este trabajo de investigación.

## **Declaratoria de autenticidad**

Yo Román Guillermo Domínguez Iparraguirre, con DNI N° 46461859, 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, 26 de setiembre del 2016.

---

Román Guillermo Domínguez Iparraguirre

## **Presentación**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “La imagen corporativa del centro comercial Jockey Plaza en sus visitantes, Santiago de Surco, setiembre - octubre del 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 Ciencias de la comunicación.

Román Guillermo Domínguez Iparraguirre

## Resumen

En la presente investigación se planteó el siguiente problema ¿Cómo es percibida la imagen corporativa del Centro Comercial Jockey Plaza en sus visitantes, Santiago de Surco, setiembre – octubre 2016? asimismo se determinó el siguiente objetivo: Conocer la percepción de la imagen corporativa del centro comercial Jockey Plaza en sus visitantes, Santiago de Surco 2016. El tipo de investigación es aplicada de nivel descriptivo – simple, su enfoque es cuantitativo, y el diseño fue no experimental. La muestra estuvo conformada por 384 visitantes entre hombres y mujeres del referido centro comercial. Se aplicó la técnica de la encuesta, a través de un cuestionario de 26 ítems, que tiene preguntas de tipo Likert. Validada a través del Coeficiente de V de Aiken, tras la aprobación de 3 expertos de la especialidad de ciencias de la comunicación con un 91% y, con una confiabilidad del 0.80. La tesis tuvo como resultado que los visitantes del Jockey Plaza manifiestan como positiva la percepción de la imagen corporativa del centro comercial Jockey Plaza.

Palabras clave:

Imagen – Percepción – Comunicación - Centro Comercial

## **Abstract**

In the present investigation, the following problem was raised: "How is the corporate image of the Jockey Plaza Shopping Center perceived in its clients, Santiago de Surco, in 2016? The following objective was also determined: To know the perception of the corporate image of the Jockey Plaza shopping center in its clients, Santiago de Surco 2016. The type of research is applied at a descriptive level - simple, its approach is quantitative, and the design was not experimental. The sample consisted of 384 clients between men and women of the referred shopping center. The survey technique was applied through a 26-item questionnaire, which has Likert-type questions. Validated through Aiken V Coefficient, after approval of 3 experts in the field of communication sciences with 91% and with a reliability of 0.80. The thesis resulted in that the clients of the Jockey Plaza manifest as positive the corporate image of the commercial center Jockey Plaza.

Keywords:

Image - Perception - Communication - Shopping Center

## INDICE

|   |      |
|---|------|
| Página del jurado: .....  | ii   |
| Dedicatoria: .....  | iii  |
| Agradecimientos:.....   | iv   |
| Declaratoria de autenticidad.....   | v    |
| Presentación .....  | vi   |
| Resumen.....  | vii  |
| Abstract.....   | viii |
| I. INTRODUCCIÓN.....  | 11   |
| 1.1. Realidad Problemática .....  | 11   |
| 1.2. Trabajos Previos .....   | 13   |
| 1.2.1. Antecedentes Nacionales .....  | 13   |
| 1.2.2. Antecedentes Internacionales .....                                       | 14   |
| 1.3. Teorías relacionadas al tema: .....  | 16   |
| 1.4. Justificación del Estudio .....  | 25   |
| 1.5. Formulación del Problema .....   | 26   |
| 1.6. Objetivos .....  | 27   |
| II. MÉTODO.....   | 27   |
| 2.1. Diseño de investigación:.....  | 27   |
| 2.2. Operacionalización de las variables .....                                  | 29   |
| 2.3. Población y Muestra .....  | 29   |
| 2.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad. . | 30   |
| 2.5. Método de análisis de datos .....  | 32   |
| 2.6. Aspectos éticos.....   | 32   |
| III. RESULTADOS .....   | 34   |
| IV. DISCUSIÓN.....  | 60   |
| V. CONCLUSIÓN.....  | 62   |
| VI. RECOMENDACIONES.....  | 63   |
| VII. REFERENCIAS .....  | 64   |
| VIII.ANEXOS:.....   | 66   |
| Anexo 1: Instrumento (Cuestionario) .....                                       | 66   |
| Anexo 2: Validación de Instrumento .....  | 66   |
| Anexo 3: Matriz de Consistencia .....   | 66   |
| Anexo 4: Base de datos SPSS .....   | 66   |