



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**LA AUTOIMAGEN Y LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL DEL CENTRO
NEFROLÓGICO S.A. (CENESA), LIMA - 2022**

PRESENTADA POR

TERELU VICTORIA CHAVEZ RIVAS

ASESOR

JORGE LUIS RUIZ CRUZ

TESIS

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA – PERÚ

2024



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

NOMBRE DEL TRABAJO

Reporte_tesis-chavez-rivas_1684183536.docx

AUTOR

TERELU VICTORIA CHAVEZ RIVAS

RECuento de palabras

23543 Words

Recuento de caracteres

126065 Characters

Recuento de páginas

122 Pages

Tamaño del archivo

2.3MB

Fecha de entrega

Feb 9, 2024 8:57 AM GMT-5

Fecha del informe

Feb 9, 2024 8:59 AM GMT-5

● **14% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 13% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Material citado

RESUMEN

El objetivo de este trabajo de investigación fue determinar la relación de la autoimagen en la identidad institucional del Centro Nefrológico S.A. (Cenesa), Lima, 2022.

El diseño metodológico consistió en un enfoque mixto, siendo cualitativo y cuantitativo a la vez. El tipo de investigación fue aplicada, con un nivel descriptivo, correlacional. También, se empleó un diseño no experimental y transversal, con un método inductivo, analítico y estadístico. A su vez, el número de participantes en la investigación fue de 30 personas, entre colaboradores y directivos.

Los resultados obtenidos mostraron que existe un alto grado de relación entre la variable autoimagen e identidad institucional del Centro Nefrológico S.A. (Cenesa), Lima, 2022. Se utilizó la prueba de hipótesis del coeficiente correlacional de Pearson, el cual fue de 0,827 entre las variables de esta investigación. Es decir, existe un alto grado de relación entre ellas. Se concluye que, hay relación entre las variables principales de la investigación, como también, entre las dimensiones de las variables.

Palabras claves: autoimagen, imagen institucional, identidad institucional, comunicación institucional, clima interno y cultura organizacional.

ABSTRACT

The objective of this research work was to determine the relationship of self-image in the institutional identity of Centro Nefrológico S.A. (Cenesa), Lima, 2022.

The methodological design consisted of a mixed approach, being qualitative and quantitative at the same time. The type of research was applied, with a descriptive, correlational level. As well, a non-experimental and cross-sectional design was used, with an inductive, analytical and statistical method. In addition to that, the number of participants in this research was 30 people, including employees and managers.

The results obtained showed that there is a high degree of relationship between the variable self-image in the institutional identity of the Centro Nefrológico S.A. (Cenesa), Lima, 2022. Pearson's correlation coefficient hypothesis test was used, which was 0.827 between the variables of this research. In other words, there is a high degree of relationship between them. In conclusion, there is relationship between the main variables of the investigation, as well as between the dimensions of the variables.

Keywords: self-image, institutional image, institutional identity, institutional communication, internal climate and organizational culture.