



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**Percepción del uso de los medios institucionales de
relaciones públicas en los trabajadores de la
Municipalidad de Lima. 2021**

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

AUTORES:

Mendoza Pastor, Claudia Estefany (ORCID: [0000-0002-1333-9586](https://orcid.org/0000-0002-1333-9586))

Pittman Tapullima, Alembert (ORCID: [0000-0001-8134-489X](https://orcid.org/0000-0001-8134-489X))

ASESOR:

Mg. Argote Moreau, Javier Ernesto (ORCID: [0000-0002-5950-7848](https://orcid.org/0000-0002-5950-7848))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

A mi madre Hortensia Pastor Hidalgo quien me brindó todo el apoyo para poder culminar mis estudios, a mis tías quienes me alentaron a conseguir mi objetivo y a todas aquellas personas quienes me motivaron y confiaron en mí.

Claudia Estefany Mendoza Pastor

Dedico este trabajo a mis padres, Berita Tapullima Mozombite y Severo Ignacio Pittman Trujillo, que me brindaron todo el apoyo posible para este logro, que gracias ellos soy lo que hoy en día soy y que sin ellos no sería nada en este mundo. Esto también va dedicado para mi hermano, Ruddy Pittman Tapullima

Alembert Pittman Tapullima

Agradecimiento

A nuestro asesor Javier Argote Moreau por la paciencia y el buen ánimo para con nosotros y ayudarnos a culminar nuestro trabajo de investigación con éxito y a todas las personas que estuvieron involucradas directa o indirectamente.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	3
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Diseño de investigación	11
3.2. Variable y operacionalización	12
3.3. Población y muestra	14
3.4. Técnica de recolección de datos.....	14
3.5. Procedimientos	18
3.6. Método de análisis de datos	18
3.7. Aspectos éticos.....	18
IV. RESULTADOS	19
V. DISCUSIÓN.....	29
VI. CONCLUSIONES	31
VII. RECOMENDACIONES.....	32
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	34
ANEXOS	39

Resumen

El presente proyecto de investigación tuvo como objetivo principal determinar la percepción del uso de los medios institucionales de relaciones públicas de la Municipalidad de Lima, 2021. La teoría utilizada para fundamentar este estudio es la teoría de comunicación productiva planteada por Abraham Nosnik. La metodología de este estudio es de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, nivel descriptivo y de tipo básica. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario el cual incluía 18 ítems. Al llevar a cabo las encuestas a los trabajadores se obtuvo como resultado un alto nivel de percepción del uso de los medios institucionales de relaciones públicas en los trabajadores de la Municipalidad de Lima. Por lo cual se concluyó en que se percibe un uso positivo de los medios institucionales tradicionales de relaciones públicas.

Palabras clave: Relaciones públicas, medios institucionales, percepción y comunicación interna.

Abstract

The main objective of this research project was to determine the perception of the use of institutional means of public relations of the Municipality of Lima, 2021. The theory used to support this study is the theory of productive communication proposed by Abraham Nosnik. The methodology of this study has a quantitative approach, non-experimental design, descriptive level and basic type. The survey technique was used for data collection and the instrument used was the questionnaire, which included 18 items. The results of the employee surveys showed a high level of perception of the use of institutional means of public relations among the employees of the Municipality of Lima. Therefore, it was concluded that a positive use of the traditional institutional means of public relations is perceived.

Keywords: Public relations, institutional media, perception and internal communication.

I. INTRODUCCIÓN

El papel que juegan las Relaciones Públicas en una empresa es de gran importancia, para que esta se desarrolle y evolucione de forma adecuada con el paso del tiempo, es por eso que las relaciones públicas es la agrupación de acciones determinadas a crear y mantener una figura sólida y honorable tanto para el público externo como interno a través de los medios institucionales.

La importancia de las relaciones públicas en el público interno, se encuentra en buscar un vínculo entre la institución y el trabajador, mostrando una imagen positiva de la organización, es por ello que, muchas de las empresas emplean medios institucionales para lograr fortalecer este lazo.

Con el paso del tiempo, los medios institucionales se han convertido en una herramienta importante y necesaria en el desarrollo de las empresas, ya que, puede ayudar a mejorar los aspectos de satisfacción, clima laboral, motivación y por consiguiente la mejora de la cultura laboral.

En estos tiempos, las empresas se han preocupado por desarrollarse en ambientes competitivos, sin embargo, es importante que se haga un buen plan de comunicación, para que, mediante los medios institucionales adecuados se transmitan los mensajes que la organización desee brindar a su trabajador.

El uso de los medios institucionales, puede lograr un mejor desempeño organizacional. Los medios se pueden utilizar con objetivos distintos, pero siempre apuntando a un mismo fin, que es el bienestar de la empresa y sus colaboradores.

Desde años muy antiguos, los medios institucionales fueron evolucionando, acorde a que los trabajadores se iban desarrollando de manera continua dentro de una empresa, encontrando métodos para que la organización pudiera transmitir información de la empresa a sus empleados.

Dado lo anteriormente expuesto se plantea el siguiente problema general:
¿Cuál es la percepción del uso de los medios institucionales de relaciones públicas en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021?

La presente investigación es importante, porque los medios institucionales en las relaciones públicas, son la base para que una empresa pueda crecer de manera general, ya que, ayuda en el desarrollo y relación de los trabajadores con la institución.

Tener medios institucionales correctos, ayuda a que la empresa pueda comunicar a sus trabajadores todos sus objetivos, así mismo, lograr que los trabajadores estén satisfechos y sean leales a ella, de esa manera la organización será competitiva en su rubro.

Es por eso que, con la ayuda de este proyecto de investigación, se busca determinar el uso de los medios institucionales de relaciones públicas y cómo estos elementos son muy importantes, ya que, pueden ayudar a la mejora del desarrollo de las actividades de los trabajadores en su ambiente laboral.

A partir del problema general se plantean los siguientes problemas específicos: ¿Cuál es la percepción del uso del boletín institucional en los trabajadores en la Municipalidad de Lima, 2021?, así mismo, otro problema específico que se plantea es ¿Cuál es la percepción del uso del buzón de sugerencias en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021?, por otro lado, también hacemos mención a ¿Cuál es la percepción del uso de las revistas institucionales en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021?, y por último ¿Cuál es la percepción del uso del periódico mural en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021?

La presente investigación es importante, porque los medios institucionales en las relaciones públicas, son la base para que una empresa pueda crecer de manera general, ya que, ayuda en el desarrollo y relación de los trabajadores con la institución.

Tener medios institucionales correctos, ayuda a que la empresa pueda comunicar a sus trabajadores todos sus objetivos, así mismo, lograr que los trabajadores estén satisfechos y sean leales a ella, de esa manera la organización será competitiva en su rubro.

Es por eso que, con la ayuda de este proyecto de investigación, se busca determinar el uso de los medios institucionales de relaciones públicas y cómo estos

elementos son muy importantes, ya que, pueden ayudar a la mejora del desarrollo de las actividades de los trabajadores en su ambiente laboral.

Es por ello que se plantea el siguiente objetivo general: Determinar la percepción del uso de los medios institucionales de relaciones públicas en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021. En base a ello se exponen los siguientes objetivos específicos: Determinar la percepción del uso del boletín institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021; Determinar la percepción del uso del buzón de sugerencias en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021; Determinar la percepción del uso de las revistas institucionales en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021 y por último determinar la percepción del uso del periódico mural en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Rimey, G. y Sanchez, A. (2017) escribieron tesis titulada “Herramientas de la comunicación interna en los colaboradores de la Corte Superior de Justicia de Huaura – Sede central año 2017”, para obtener el título profesional de licenciadas en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

La investigación cuantitativa tiene como objetivo demostrar la frecuencia del uso de las herramientas de la comunicación interna, abarcando en ello el boletín y el periódico mural. Este estudio concluye en que el 28 % de la muestra suele informarse a veces sí y a veces no por medio del boletín, 25,33% casi siempre y 25,33% siempre, y siendo 21,33% quienes no usan este medio como herramienta de información. Con respecto al el periódico mural, 44,67% indicaron que casi nunca eligen este medio para informarse sobre las actividades de la empresa, siendo solo el 8,67% quienes siempre lo hacen, 10,67% casi siempre, 21,33% utiliza este medio a veces sí, a veces no y 14,67% nunca lo hacen. De esta manera se entiende que el boletín tiene mayor trascendencia entre colaboradores de la institución a diferencia del periódico mural.

Huamanculi (2018) realizó una investigación titulada “La relación entre la comunicación interna y la calidad de las relaciones en la MYPE TERAH SAC

durante el periodo Marzo - Junio del 2017” para optar por el título de licenciada en Ciencias de la Comunicación, por la Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.

El estudio tiene como objetivo establecer la relación que existe entre la comunicación interna y la calidad de las relaciones dentro de la institución, a su vez también existe relación entre los medios de comunicación interna y calidad de las relaciones en la empresa. Teniendo como resultados que el 72% de los encuestados está de acuerdo al considerar al periódico mural como uno de los medios de la comunicación interna para establecer una comunicación con sus superiores, 12% está totalmente de acuerdo, 4% en desacuerdo y 12% totalmente en desacuerdo.

Bobadilla (2016) realizó el estudio titulado “Las Relaciones Públicas y la gestión de la comunicación. Caso del Instituto del Mar del Perú (IMARPE), publicado por la Universidad San Martín de Porres, Perú.

Este estudio cuantitativo tiene como objetivo establecer la relación existente entre las relaciones públicas y la gestión de la comunicación en el Instituto del Mar del Perú (IMARPE), detallando los flujos y canales que tiene esta organización. En este aspecto indica que el 56,9% de los trabajadores encuestados determinaron que los canales de comunicación dentro de la institución son adecuados, y dentro de estos canales se encuentra el boletín informativo, así mismo el 43,1% de las personas encuestadas indican que estos medios no son los más adecuados.

Huanca, G. y Torres, H. (2017) en su investigación “Influencia de la Comunicación Interna en la gestión del talento humano en la Clínica Paz Holandesa en el segundo semestre del año 2016” para optar por el grado de licenciado en Ciencias de la Comunicación, con especialidad en relaciones públicas por la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, Perú.

El objetivo de esta investigación es determinar la influencia que tiene la comunicación interna en la gestión del talento humano, y a su vez identificar cuáles son las herramientas de comunicación interna que tienen mayor influencia en los trabajadores de esta empresa.

De esta manera concluye que el 22% de la muestra, indican que no debería existir una revista dentro de la organización, el 12% se muestran indiferentes, un

38% está en desacuerdo con lo publicado en la Revista Institucional, un 8% y 20% se encuentran muy de acuerdo y de acuerdo respectivamente con la revista y la información que se brinda en ella. Así mismo se indica que en la institución se hace un uso indebido del buzón de sugerencia, ya que, el 18% se encuentra indiferente a la presencia de estos, y un 60% indican que no existen dichos buzones pese a que sí.

Castillo (2006) realizó un estudio llamado “Las Relaciones Públicas Internas como factor de gestión empresarial” que fue publicado por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, España.

Esta investigación desarrolla un acercamiento a la estrategia y técnicas de la comunicación interna y busca su inserción dentro de las relaciones públicas. Los resultados del artículo indican que el tablón de anuncios, también denominado periódico mural, se encuentra 45,45 % correctamente establecido dentro de las organizaciones al igual que las revistas institucionales, 44,44%. Caso contrario, encontramos al buzón de sugerencias con un 19,79% lo cual indica que se encuentra poco desarrollado en la institución.

Mullo (2018) realizó el estudio titulado “Fortalecimiento de la gestión de la comunicación y los públicos internos de la defensoría del pueblo de El Oro” publicado por la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

Esta investigación tiene como objetivo generar estrategias para mejorar la gestión de la comunicación interna de la Defensoría del pueblo de El Oro, concluyendo en que se plantean dichas acciones en busca de la mejora de la comunicación interna, teniendo dentro de las tácticas a utilizar el periódico mural que está denominado como cartelera en el estudio, indicando que el 20 % de la muestra usa este medio para informarse sobre los diferentes temas de la institución y la gran mayoría con un 80% prefieren otros medios.

Gurumendi (2017) realizó la investigación llamada “La comunicación participativa en la cooperativa San Eduardo de Guayaquil y el uso del periódico mural para su desarrollo social” publicado por la Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Esta investigación tiene como objetivo analizar la comunicación participativa y su nivel de influencia en el desarrollo social de la cooperativa San Fernando de la ciudad de Guayaquil, concluyendo en que el 46% de los encuestados consideran que es posible que el periódico mural contribuye a una mejor fluidez de la comunicación en el interior de la institución y otro 29 % indicó que definitivamente sí lo hace.

La teoría de la comunicación productiva indica que la comunicación se puede considerar productiva dentro de la organización cuando desarrolla un proceso dinámico, productivo y lineal de la comunicación mediante un público interno que interactúe dentro de la organización en el que los mensajes sean brindados de manera clara, exista un conocimiento claro de las herramientas usadas en la comunicación por parte del público interno y se comunique la ideología de la institución para su desarrollo correcto.

La comunicación productiva es un nuevo concepto en donde se manifiesta la comunicación en un sistema organizacional como la interpretación y el intercambio de mensajes entre las personas y que se apoyen por herramientas de comunicación cada vez más emergentes y desarrolladas. (Nosnik. A, 2013, p.12).

Nosnik. A, nos indica que la comunicación productiva es la investigación de mejores en las estructuras ya establecidas y utilizadas por las personas mediante la interpretación e intercambio de los anuncios emitidos y recepcionados por otras personas.

El autor argumenta que para comprender la teoría de la comunicación productiva se deben considerar tres términos básicos: la organización como principio de vida, las organizaciones y los sistemas.

Al hablar de organización como principio de vida nos referimos al proceso integrado que desarrollan las organizaciones para convivir en un contexto. Para lograr lo anterior es necesaria la comunicación, desde el principio de las teorías organizacionales se utilizaron sistemas lineales, mecánicos y rígidos en el proceso de intercambio de información.

En la actualidad el uso de canales de comunicación que puedan permitir una retroalimentación entre emisor y receptor promueven a que la interacción dentro del sistema sea productiva.

Podemos determinar a la comunicación productiva como una acción para mejorar la capacidad del sistema para buscar el beneficio de la empresa teniendo como base la calidad de información que se transmite mediante emisores y receptores y la retroalimentación estos.

La teoría de uso y gratificaciones, hace posible el conocimiento de cómo el público responde a estímulos que brindan los medios. Actualmente no solo abarca el estudio de los efectos que tienen la televisión, sino que, se ha ido ajustando a los cambios y a nuevos medios tales como el internet, siendo considerado no un medio de comunicación sino un espacio comunicativo.

Esta teoría indica que existen cinco principios básicos: El primero indica que la audiencia se mantiene activa y responde de diferente manera a lo que se ofrece en los medios; la segunda manifiesta la pertinencia de cada medio según lo que este ofrezca, teniendo en cuenta requerimientos particulares; el tercero expresa que los medios compiten entre sí para la satisfacción de necesidades; el cuarto manifiesta que el público tiene con conciencia plena del uso que le da a los medios y por último es la audiencia que realizará una valoración sobre el contenido que brinda el medio

Todas las instituciones crean sus propias culturas con sus propios hábitos, prohibiciones y normas. El sistema de todas estas culturas refleja las reglas y virtudes del sistema formal, a su vez la reinterpretación en el sistema informal y las discusiones externas e internas de los individuos que la institución atrae del desarrollo de producción, división física y las maneras de comunicación.

Según lo que indica Barthey (1982), la percepción no solo es utilizada en la psicología, sino que esta palabra tiene múltiples significados y estos son usados en el lenguaje común de las personas. El autor indica que, basados en el diccionario, la percepción es todo tipo de accionar o desarrollo del entendimiento de cosas, sucesos o afirmaciones, siendo esto a través de vivencias personales o por el pensamiento; es un conocimiento de los objetos, es el juicio que se tiene con respecto a una apreciación de un objeto externo.

Según Carterette y Friedman (1982), la percepción es un punto importante dentro de la conciencia, es la parte que tiene en cuenta sucesos inasociables y por consiguiente esto supone una verdad desde el punto de vista de la persona que lo experimenta. Esta tarea de la percepción es dependiente de las actividades de las personas que receptionan y que son alterados por sucesos que provienen del mundo verdadero. Por tanto, la percepción podría definirse como lo que resulta del desarrollo de información por medio de estímulos a un receptor en situaciones que de manera individual son causadas de forma parcial a las acciones de cada individuo.

Según la RAE, el uso es la utilidad, la conveniencia, el interés o el provecho que se le puede sacar a determinado sujeto u objeto que puede ser o no de provecho para lo que se busca conseguir.

La utilización de los medios de comunicación en una empresa sirve como promueve a que el mensaje llegue al lugar correcto por medio de una segmentación utilizando canales de relaciones públicas en la comunicación interna que promuevan la protección a los individuos, las confusiones y confrontaciones entre los individuos. (Arribas,2000, p.3).

Rios, J. (1995) en su Libro "Relaciones Públicas: Su administración en las organizaciones" define relaciones públicas, como un conjunto de acciones realizadas en cualquier organización, para crear y mantener las buenas relaciones entre los integrantes de la organización, o "públicos", tales como, proveedores, clientes, inversionistas, gobierno y público en general, con el fin de mostrar frente a ellos una imagen positiva de la empresa que contribuya al logro de los objetivos.

Así mismo, Public Relations News, define relaciones públicas como una función administrativa que evalúa la actitud del público, identifica la política y el proceder de una persona o una organización con un interés público, y lleva a cabo un plan de acción orientado a atraer la comprensión y la aceptación del público.

También, la Asociación francesa de las Relaciones Públicas, manifiesta que son todas las actividades realizadas por un grupo, que busca establecer y mantener buenas relaciones entre los integrantes del equipo con los diferentes sectores de la opinión pública.

Los medios institucionales son el conjunto de vías por donde circula el flujo de información relativo a la interacción de las diversas poblaciones de la empresa y busca “bajar” las líneas sobre los sucesos que ocurren en la compañía y lograr una eficiente coordinación en la estructura de la organización. (Michael Ritter, 2008, p15).

Entonces, los medios institucionales de relaciones públicas, están encargados de transmitir datos oficiales dentro de la institución, para evitar incertidumbre y contribuir de esta forma al intercambio de información en las distintas áreas de la organización.

Los medios institucionales son instrumentos para que las empresas realicen una comunicación ordenada, adecuada y dirigida al personal que labora en ella, con la finalidad de establecer conexiones entre el trabajador y la organización. Es decir, los medios institucionales son la base para que una empresa transmita los mensajes necesarios hacia los trabajadores.

Villanueva, (2015), nos indica que toda organización debe diseñar e implementar medios de comunicación interna no solo como un proceso unidireccional, sino también, como un medio que permita también escuchar a los colaboradores internos y puedan retroalimentar la información con sus opiniones y su sentir. p.86

Por otro lado, Andrade, H. (2005), en su libro “Comunicación Organizacional interna: Proceso, disciplina y técnica” da mención a que la comunicación institucional es un área del conocimiento humano y que esta estudia la forma en que se da el proceso de la comunicación dentro de las organizaciones entre estas y su medio.

Por lo tanto, la comunicación organizacional “es la que se establece entre la organización como un todo y sus públicos internos, utilizando los medios formales establecidos para ello.” (Horacio Andrade,2005, p.19)

Partiendo con otra idea, Palencia, M. (2018) en su Libro “90 Técnicas de comunicación y relaciones públicas”, afirma que el boletín informativo es una técnica de la comunicación interna en las relaciones públicas, que se basa en una

publicación sin fines de lucro, tramitada por la dirección hacia el staff directivo y a los empleados.

A su vez, Benetti, A. (2013), menciona que los boletines informativos, son elementos enviados por la empresa a su público interno y externo de manera gratuita, donde se muestra toda la información que la empresa desee anunciar.

El buzón de sugerencias, es un medio que usan las empresas para recolectar quejas, reclamos y sugerencias de los trabajadores hacia el manejo de los servicios que brinda la organización, es así que, el uso apropiado del buzón de sugerencias permite acercar a los empleados a los de altos mandos.

Tomando en cuenta lo que indica Palencia, M. (2018) en su Libro “90 Técnicas de comunicación y relaciones públicas” manifiesta que el buzón de sugerencias se define como una técnica de comunicación interna y externa que junta las propuestas, quejas, opiniones y sugerencias de los públicos internos y externos de la organización.

De la misma forma, Gómez, J. (2015), manifiesta que el buzón de sugerencias es atractivo y atemporal, que brinda a los trabajadores la potestad de poder mostrar sus propuestas, ideas, quejas, recomendaciones, y felicitaciones.

Por otra parte, Palencia, M. (2018) en su Libro “90 Técnicas de comunicación y relaciones públicas” indica que la revista institucional, es una de las técnicas más antiguas y utilizada de relaciones públicas, que sirve para comunicar planes, opiniones o decisiones de la empresa.

Según Rivera, R. (2012), en su libro “Relaciones Públicas y comunicación corporativa”, hace mención a que las revistas institucionales son parte de las responsabilidades del departamento de relaciones públicas de cualquier organización, y esta a su vez ayuda a mantener una cierta comunicación entre todas aquellas personas que laboran en la institución.

Partiendo hacia otro punto, Rios, J. (1995) en su Libro “Relaciones Pública: Su administración en las organizaciones” define que el periódico mural como un medio institucional sencillo y muy difundido en el que se puede colocar temporalmente material informativo de manera temporal sobre diversos temas

como cambios en el horario, suspensión de labores, invitaciones a actividades sociales organizadas por la empresa entre otras informaciones.

A partir de esta definición, el periódico mural es un medio en que se puede colocar la información que interesa dar a conocer a los trabajadores, con diferentes fines para poder lograr distintos objetivos.

Castillo, A. (2010) en su libro “Introducción a las relaciones públicas” indica que el propósito de la institución es la de emitir la información sin ningún indicio de persuasión, ya que lo único que se quiere es ejecutar una función periodística al dar información de la organización. Y que esa información no sea engañosa ni tergiversada, sino que sea netamente informativa.

Según Cutlip, Center y Broom, (2001: 37). Indican de las relaciones públicas que es “una función directiva que dispone y sostiene relaciones mutuamente satisfactorias entre una institución y sus públicos de las que depende su éxito o fracaso.

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

La investigación de tipo básica. Según Tam, J., Vera, G. y Oliveros, R., este tipo de investigación tiene como objetivo la mejora del conocimiento per se, más que generar algún resultados o tecnologías que sean de beneficio a la sociedad en el futuro de manera inmediata.

Para el presente estudio se utilizará el diseño no experimental ya que se observará los fenómenos tal y como se presentan en su naturaleza, sin hacer variaciones intencionales en la variable.

Según el Dr. Hernández Sampieri (2014), este tipo de investigación se elabora sin intervenir de manera intencional en las variables. Además, únicamente se observan los fenómenos en su ambiente natural para luego ser analizados.

Este proyecto es de enfoque cuantitativo por ser una investigación descriptiva simple, Esto permite tener resultados por medio de encuestas que nos dará información numérica.

Según Ángeles, los estudios de enfoque cuantitativo son de carácter deductivo que busca solucionar una problemática, con variables e hipótesis que sean cuantificables, aplicando instrumentos de recolección y análisis estandarizados, menciones numéricas y datos estadísticos (2015, p. 22).

3.2. Variables y operacionalización

La variable de esta investigación es la percepción del uso de los medios institucionales tradicionales de relaciones públicas, esta variable es cuantitativa.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
PERCEPCIÓN DEL USO DE LOS MEDIOS INSTITUCIONALES DE RELACIONES PÚBLICAS	Los medios institucionales están conformados por el conjunto de vías por donde circula el flujo de información relativo a la interacción de las diversas poblaciones de la empresa y busca “bajar” las líneas sobre los sucesos que ocurren en la compañía y lograr una eficiente coordinación en la estructura de la organización. (Michael Ritter, 2008, p15)	Se elaborará una encuesta con 18 ítems para medir nuestra variable con los siguientes indicadores: información e integración.	BOLETÍN	INFORMAR
				INTEGRAR
			REVISTA INSTITUCIONAL	INFORMAR
				INTEGRAR
			BUZÓN DE SUGERENCIAS	INFORMAR
				INTEGRAR
			PERIÓDICO MURAL	INFORMAR
				INTEGRAR

3.3. Población y muestra

Según Chávez, la población de una investigación es el universo de un estudio sobre el cual se quiere universalizar los resultados. Así mismo percibe que las poblaciones están conformadas por particularidades o sectores que permiten diferenciarse entre los individuos.

Hernández, Fernández y Baptista, manifiestan que la población es la agrupación de todos los hechos que corresponden con una secuencia de especificaciones que se puede analizar.

Con respecto a lo indicado, la población en esta investigación es finita y tiene singularidades en común. Según Ramírez (1999), una población finita es aquella en donde el investigador puede identificar la totalidad de sus elementos, y se tiene conocimiento del número total de los individuos.

Tamayo (2012) expresa que la población es el total de un objeto de investigación, toma en cuenta la totalidad de individuos a analizar que conforman dicho fenómeno de estudio y que tiene que ser cuantificado para un estudio determinado conformando una agrupación X de instituciones que tienen una característica en específico, y se le llama la población por ser el total de objeto de estudio.

En el caso de esta investigación, la totalidad de trabajadores que forman parte de la investigación son 33 personas que laboran en la gerencia de cultura de la Municipalidad Metropolitana de Lima, lo cual es considerada la población de este trabajo.

Para esta investigación, la muestra es censal, ya que se tomará en cuenta al 100% de la población. En este sentido, Ramírez (1997) establece que la muestra censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

En esta parte del proyecto se definen los medios y recursos que se utilizarán para recoger la información.

Con respecto a las técnicas, Hurtado (2006) manifiesta que esto corresponde al método que se utilizará para recabar la información, es decir, la forma. Estas son diversas, como la observación, encuestas, entre otras.

Asimismo, Avilez (2007) indica que las técnicas para recolectar datos es la utilización de una amplia cantidad de métodos y herramientas que se pueden utilizar por el investigador con la finalidad de llevar a cabo los sistemas de información. La entrevista, el cuestionario, el diagrama de flujo, etc., son solo algunas de las técnicas que se pueden utilizar.

La encuesta es otra técnica valiosa. Tamayo define esta técnica como un método que recolecta información indirecta o directa mediante la formulación de preguntas, y estas son llenadas por una persona encargada frente a quien le contesta.

El instrumento que se eligió para recolectar los datos fue el cuestionario, este está conformado por 18 ítems.

Las preguntas se formularon de manera clara y revisada por 3 expertos. Por otra parte, por medio de la escala de Likert se planteó en nuestro instrumento la medición en orden ascendente de los ítems. Se podría determinar que las preguntas tienen respuesta politómica ya que contienen más de tres alternativas de respuesta.

La validez o también llamada exactitud, se refiere al grado en que una medición manifiesta la situación real de un fenómeno o de la capacidad de medir o clasificar una herramienta o instrumento para cumplir con lo que fue propuesto o sea que mida o clasifique lo que efectivamente estudiamos y no otra cosa (Manterola; Zavando et al.; Alarcón & Muñoz, 2008).

La validez del formulario se realizó mediante la evaluación de 3 jueces expertos constituidos por maestros de la especialidad de Relaciones Públicas que establecen si el instrumento cumple con las índoles para evaluar la variable de la investigación.

Para L. Ecurra (1990) la validez es la comparación de un sistema de ítems planteados para la investigación y el dominio de un tema, la modalidad más usual para medir la validez es solicitar la opinión de profesionales expertos sobre el tema abordado, buscando su aprobación o no de las preguntas que forman parte de la encuesta. (p.106)

El coeficiente V de Aiken muestra una validez del 91% lo que indica que el instrumento propuesto para esta investigación tiene un alto grado de validez.

Tabla 1

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN

cuantitativo

Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	1	1	3	100%
ITEM 5	1	1	1	3	100%
ITEM 6	1	1	1	3	100%
ITEM 7	1	1	1	3	100%
ITEM 8	1	1	1	3	100%
ITEM 9	0	0	0	0	0%
ITEM 10	1	1	1	3	100%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
					91%

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad

Para lograr obtener el porcentaje de confiabilidad se llevó a cabo una encuesta piloto a 10 individuos de nuestro objeto de estudio y se obtuvieron los siguientes resultados mediante la prueba de confiabilidad llamada Alfa de Cronbach.

Al respecto H. Celina y A. Campo (2005) nos indica que el coeficiente de alfa de Cronbach se considera un índice que permite la medición de la confiabilidad de una escala determinada, esto quiere decir que evalúa el grado de correlaciones existentes entre los ítems. (p.575)

Para determinar la confiabilidad del constructo Geroge y Mallery (2003, p.231) proponen lo siguiente para determinar el coeficiente de Alfa de Cronbach.

- Coeficiente alfa \geq . 9 es excelente
- Coeficiente alfa \geq . 8 es bueno
- Coeficiente alfa \geq . 7 es aceptable
- Coeficiente alfa \geq . 6 es cuestionable
- Coeficiente alfa \geq . 5 es pobre
- Coeficiente alfa \geq . 4 es inaceptable

Tabla 2

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,909	18

Fuente: Elaboración Propia

El coeficiente Alfa de Cronbach que se obtuvo es de 0.909 lo cual indica que el instrumento se considera como excelente para la investigación.

3.5. Procedimientos

Con el fin de recolectar la información para la presente investigación, se hizo uso de un cuestionario el cual fue realizado de manera virtual, mediante el software Google Forms, que fue enviado a la gerenta del área correspondiente y ella se encargó de hacer llegar el formulario a los trabajadores.

Con respecto a las coordinaciones necesarias, desde un inicio se le indicó a la gerenta del área cuál era la finalidad de la investigación y a partir de ello se contó con la debida autorización para aplicar el cuestionario en los trabajadores de la institución.

3.6. Método de análisis de datos

Los datos recolectados por medio de la encuesta se procesarán con los métodos estadísticos de frecuencia, porcentaje y media aritmética con el uso del software estadístico SPSS Statistics 25 y el Excel que permitirá registrar cuantitativamente los resultados. Estos expondrán los resultados obtenidos y se realizarán tablas y gráficos. Luego se procederá a la interpretación de los mismos.

3.7. Aspectos Éticos

Esta investigación se compromete a honrar la sinceridad de los resultados y la confiabilidad de los datos archivados mediante la encuesta elaborada. Se presentará formalmente ante los trabajadores de la Municipalidad de Lima y se respetará la identidad de los que participen en el estudio.

La investigación realizada tiene como finalidad contribuir a la ampliación de información existente sobre el tema basándonos en los argumentos de autores quienes desarrollaron estudios sobre el mismo tema abordado siendo debidamente reconocidos en las referencias bibliográficas. Así mismo aseguramos la veracidad de los datos presentados sin alteración alguna.

IV. RESULTADOS

Por medio de la encuesta se obtuvo la información que da respuesta a los objetivos planteados en el presente estudio.

Con respecto al objetivo general que es determinar la percepción del uso de los medios institucionales de Relaciones Públicas en los trabajadores de la Municipalidad de Lima se consiguió los siguientes resultados:

Tabla 3

PERCEPCIÓN DEL USO DE LOS MEDIOS INSTITUCIONALES DE RELACIONES PÚBLICAS		D1: BOLETÍN	D2: BUZÓN DE SUGERENCIAS	D3: REVISTA INSTITUCIONAL	D4: PERIÓDICO MURAL	Total
		%	%	%	%	%
MUY BAJA	NUNCA	1	8	0	3	3
BAJA	CASI NUNCA	8	8	5	8	7
MEDIA	A VECES	27	46	35	43	38

ALTA	CASI SIEMPRE	38	27	38	24	32
MUY ALTA	SIEMPRE	25	12	22	22	20

Fuente: Elaboración propia

De la variable percepción del uso de los medios institucionales tradicionales de Relaciones Públicas:

El 3% de los encuestados expresó que nunca, el 7% casi nunca, el 38% a veces, el 32% casi siempre y el 20% siempre.

De la dimensión Boletín:

El 1% de los encuestados manifestó que nunca, el 8% casi nunca, el 27% a veces, el 38% casi siempre y el 25% siempre.

De la dimensión Buzón de sugerencias:

El 8% de la muestra indicó que nunca, el 8% casi nunca, el 46% a veces, el 27% casi siempre y el 12% siempre.

De la dimensión revista institucional

El 0% de los encuestados respondió que nunca, el 5% casi nunca, el 35% a veces, el 38% casi siempre y el 22% siempre.

Con respecto al periódico mural se obtuvo que el 3% señaló que nunca, 8% casi nunca, 43% a veces, 24% casi siempre y 22% siempre.

Con respecto al primer objetivo específico: Determinar la percepción del uso del boletín institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Lima 2021, se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 4

BOLETÍN INSTITUCIONAL		INFORMAR			INTEGRAR		Total
		P1	P2	P3	P4	P5	
		%	%	%	%	%	%D1
MU Y BAJ A	NUNCA	0	6.1	0	0.0	0.0	1
BAJ A	CASI NUNCA	6.1	6.1	3	18.2	6.1	8
ME DIA	A VECES	27.3	27.3	18.2	21.2	42.4	27
ALT A	CASI SIEMPRE	24.2	39.3	51.5	39.4	36.4	

							38
MU Y ALT A	SIEMPRE	42.4	21.2	27.3	21.2	15.2	25

Fuente: Elaboración propia

Del indicador: Informar

Los resultados obtenidos del ítem N.º 1, cuyo enunciado fue “considera que el boletín contiene información importante sobre la organización” son: el 0% indicó nunca, 6.1% casi nunca, 27.3% a veces, 24.2% casi siempre y 42.4% siempre.

Los resultados obtenidos del ítem N.º 2 que lleva como enunciado “considera que el boletín le brinda la información necesaria para comprender lo que ocurre en la organización a nivel corporativo” son: el 6.1% indicó nunca, 6.1% casi nunca, 27.3% a veces, 39.3% casi siempre y 21.2% siempre.

Los resultados obtenidos del ítem N.º 3 que lleva como enunciado “considera que el boletín contiene información actualizada de la institución” son: 0% manifestó nunca, 3% casi nunca, 18.2% a veces, 51.5% casi siempre y 27.3% siempre.

Del indicador: Integrar

Los resultados obtenidos del ítem N.º 4, que lleva como enunciado “el boletín promueve la integración con sus compañeros dentro de la institución” son: 0 % manifestó nunca, el 18.2% casi nunca, el 21.2% casi siempre y 21.2% siempre.

Los resultados obtenidos del ítem N.º 5, cuyo enunciado es “considera que el boletín incentiva la participación de los trabajadores en las actividades de la organización” son: el 0% nunca, el 6.1% casi nunca, el 42.4% a veces, el 36.4% casi siempre y el 15.2% siempre.

Con respecto al primer objetivo específico: Determinar la percepción del uso del boletín institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Lima 2021, se obtuvieron los siguientes resultados.

De acuerdo al segundo objetivo específico: Determinar la percepción del uso del buzón de sugerencias en los trabajadores de la Municipalidad de Lima 2021, se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 5

BUZÓN DE SUGERENCIAS		INFORMAR		INTEGRAR		Total
		P6	P7	P8	P9	
		%	%	%	%	
M U Y B A J A	NUNCA	6.1	6.1	12.1	6.1	8
B A J A	CASI NUNCA	12.1	6.1	12.1	0.0	8

M E D I A	A VECES	42.4	54.5	45.5	42.4	46
A L T A	CASI SIEMPRE	33.3	18.2	18.2	36.4	27
M U Y A L T A	SIEMPRE	6.1	15.2	12.1	15.2	12

Fuente: Elaboración propia

Del indicador: Informar

Los resultados obtenidos del ítem N° 6, que lleva como enunciado “el buzón de sugerencias le permite dar a conocer actividades que la empresa aún no desarrolla o podría mejorar” son: el 6.1% nunca, el 12.1% casi nunca, el 42.4% a veces, el 33.3% casi siempre y el 6.1% siempre.

Los resultados obtenidos del ítem N° 7, que lleva como enunciado “el buzón de sugerencias es el medio indicado para que informe sus quejas, opiniones o sugerencias” son: el 6.1% nunca, el 6.1% casi nunca, el 54.5% a veces, el 18.2% casi siempre y el 15.2% siempre.

Del indicador: Integrar

Los resultados obtenidos del ítem N° 8, que lleva como enunciado “cree usted que el buzón de sugerencias promueve la integración con sus compañeros de trabajo” son: el 12.1% nunca, el 12.1% casi nunca, el 45.5% a veces, el 18.2% casi siempre y el 12.1% siempre.

Los resultados obtenidos del ítem N° 9, que lleva como enunciado “el buzón de sugerencias permita que en un futuro se resuelvan problemas con respecto a la integración con la empresa” son: el 6.1% nunca, el 0% casi nunca, el 42.4% a veces, el 36.4% casi siempre y el 15.2% siempre.

Con respecto al tercer objetivo específico: Determinar la percepción del uso de la revista institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Lima 2021, se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 6

REVISTA INSTITUCIONAL		INFORMAR			INTEGRAR		Total
		P10	P11	P12	P13	P14	
		%	%	%	%	%	
M U Y B A J A	NUNCA	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0

B A J A	CASI NUNCA	0.0	0.0	9.1	9.1	6.1	5
M E D I A	A VECES	30.3	30.3	33.3	42.4	39.4	35
A L T A	CASI SIEMPRE	48.5	42.4	30.3	30.3	39.4	38
M U Y A L T A	SIEMPRE	21.2	27.3	27.3	18.2	15.2	22

Fuente elaboración propia

Del indicador: Informar

Los resultados obtenidos del ítem N° 10, que lleva como enunciado “la revista institucional contiene información importante sobre la institución” son: 0% nunca, 0% casi nunca, el 30.3% a veces, el 48.5% casi siempre y el 21.2% siempre.

Los resultados obtenidos del ítem N° 11, que lleva como enunciado “la información brindada en la revista institucional le ayuda a mantenerse informado sobre temas de la organización” son: 0% nunca, 0% casi nunca, el 30.3% a veces, el 42.4% casi siempre y el 27.3% siempre.

Los resultados obtenidos del ítem N° 12, que lleva como enunciado “la información en la revista institucional se encuentra actualizada” son: 0% nunca, 9.1% casi nunca, el 33.3% a veces, el 30.3% casi siempre y el 27.3% siempre.

Del indicador: Integrar

Los resultados obtenidos del ítem N° 13, que lleva como enunciado “la revista institucional promueve la integración con sus compañeros” son: 0% nunca, 9.1% casi nunca, el 42.4% a veces, el 30.3% casi siempre y el 18.2% siempre.

Los resultados obtenidos del ítem N° 14, que lleva como enunciado “la revista institucional desarrolla temas orientados a su integración con la institución” son: 0% nunca, 6.1% casi nunca, el 39.4% a veces, el 39.4% casi siempre y el 15.2% siempre.

Con respecto al cuarto objetivo específico: Determinar la percepción del uso del periódico mural en los trabajadores de la Municipalidad de Lima 2021, se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 7

PERIÓDICO MURAL		INFORMAR		INTEGRAR		Total
		P15	P16	P17	P18	
		%	%	%	%	
MUY BAJA	Nunca	6.1	0.0	6.1	0.0	3
BAJA	Casi nunca	6.1	9.1	9.1	6.1	8

MEDIA	A veces	39.4	45.5	39.4	48.5	43
ALTA	Casi siempre	27.3	21.2	18.2	30.3	24
MUY ALTA	Siempre	21.2	24.2	27.3	15.2	22

Fuente elaboración propia

Del indicador: Informar

Los resultados obtenidos del ítem N° 15, que lleva como enunciado “el periódico mural le ayuda a mantenerse informado sobre temas de la organización” son: el 6.1% nunca, el 6.1% casi nunca, el 39.4% a veces, el 27.3% casi siempre y el 21.2% siempre.

Los resultados obtenidos del ítem N° 16, que lleva como enunciado “el periódico mural contiene información actualizada sobre asuntos de la empresa” son: 0% nunca, 9.1% casi nunca, el 45.5% a veces, el 21.2% casi siempre y el 24.2% siempre.

Del indicador: Integrar

Los resultados obtenidos del ítem N° 17, que lleva como enunciado “el periódico mural promueve la integración con sus compañeros” son: el 6.1% nunca, 9.1% casi nunca, el 39.4% a veces, el 18.2% casi siempre y el 27.3% siempre.

Los resultados obtenidos del ítem N° 18, que lleva como enunciado “el periódico mural desarrolla temas orientados a la integración con la institución” son: 0% nunca, 6.1% casi nunca, el 48.5% a veces, el 30.3% casi siempre y el 15.2% siempre.

V. DISCUSIÓN

El problema general de esta investigación es: ¿Cuál es la percepción del uso de los medios institucionales de las Relaciones Públicas en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021?, en el proceso del análisis de los resultados se ha podido observar que hay una percepción de 32% y 20% en los niveles alto y muy alto respectivamente, correspondiente a los resultados de casi siempre y siempre de la encuesta, estos resultados determinan el grado de percepción sobre el uso de los medios institucionales por parte de los trabajadores de la MML.

Los resultados manifiestan una concordancia con la teoría de la comunicación productiva debido a que esta expone que existe la necesidad de implementar los medios pertinentes para una óptima comunicación en la organización, intercambiando información adecuada de la empresa hacia los trabajadores y viceversa.

A su vez se compararon con la teoría de usos y gratificaciones, la cual nos indica que existen diferentes razones por las cuales el receptor prefiere determinado medio para establecer un contacto, teniendo en cuenta la información brindada. es por ello, que depende de las necesidades que tiene el trabajador, que prefiere una determinada herramienta de acuerdo al uso que le dará, dejando de lados otros medios que usa la institución para dirigirse a sus colaboradores.

Con respecto al primer problema específico: ¿Cuál es la percepción del uso del boletín institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021? Se obtuvo a través del procesamiento de los resultados que existe una percepción de 38% y 25% en los niveles de alto y muy alto de manera respectiva, estos valores corresponden a los resultados de casi siempre y siempre dentro de la encuesta realizada, lo cual determina el grado de percepción que existe sobre el uso del boletín institucional en los trabajadores de la institución.

Los resultados concuerdan con lo que argumenta Rimey G. y Sánchez, A. (2017) en su investigación titulada “Herramientas de la comunicación interna en los colaboradores de la Corte Superior de Justicia de Huaura – Sede central año 2017” debido a que se indica una mayor frecuencia sobre el uso de este medio institucional.

De la misma forma se coincide con los resultados de Bobadilla (2016) y su estudio titulado “Las Relaciones Públicas y la gestión de la comunicación. Caso del Instituto del Mar del Perú (IMARPE)”, en donde se considera adecuado al boletín informativo como un canal que utiliza la institución.

Respecto al segundo problema específico: ¿Cuál es la percepción del uso del buzón de sugerencias en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021?, con los resultados obtenidos se manifiesta que existe una percepción de 46%, 27 % y 12% en los niveles medio y alto y muy alto, generados por los resultados de a veces, casi siempre y siempre. Estos datos se contraponen a lo indicado por Huanca, G. y Torres, H. (2017) en su investigación “Influencia de la Comunicación Interna en la gestión del talento humano en la Clínica Paz Holandesa en el segundo semestre del año 2016”, ya que en este estudio más del 70 % de su población se muestra indiferente e incluso no notan la presencia del medio en la organización.

Así mismo se discrepa con Castillo (2006) y su estudio llamado “Las Relaciones Públicas Internas como factor de gestión empresarial”, en el cual se indica que el buzón de sugerencias es un medio poco desarrollado en la institución.

En relación al tercer problema específico, ¿Cuál es la percepción del uso de las revistas institucionales en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021?, la investigación presenta una percepción de 38% y 22% en los niveles alto y muy alto correspondientes a los resultados de la encuesta de casi siempre y siempre.

Por lo anteriormente expuesto, los resultados se contraponen a lo indicado por Huanca, G. y Torres, H. (2017) en su investigación “Influencia de la Comunicación Interna en la gestión del talento humano en la Clínica Paz Holandesa en el segundo semestre del año 2016” en la cual se indica que la revista institucional se percibe como un medio institucional de poca relevancia dentro de la organización.

De manera opuesta a la anterior, se establece una coincidencia a lo indicado por Castillo (2006) realizó un estudio llamado “Las Relaciones Públicas Internas como factor de gestión empresarial” en donde se encuentra al medio mencionado como correctamente establecido.

En cuanto al cuarto y último problema específico: ¿Cuál es la percepción del uso del periódico mural en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021?, se obtuvo como resultados una percepción de 43% en el nivel medio correspondientes a los resultados de a veces en la encuesta, asimismo se obtuvo 24% y 22% en los niveles alto y muy alto respectivamente correspondientes a las respuestas de casi siempre y siempre.

Las respuestas que se obtuvieron se asemejan a las que obtuvo Gurumendi (2017) en su estudio “La comunicación participativa en la cooperativa San Eduardo de Guayaquil y el uso del periódico mural para su desarrollo social” ya que indica que el periódico mural es un medio que posiblemente contribuye a tener mejor fluidez en la comunicación interna de la organización.

Sin embargo, los resultados se contraponen a lo indicado por Rimey, G. y Sanchez, A. (2017) en su investigación “Herramientas de la comunicación interna en los colaboradores de la Corte Superior de Justicia de Huaura – Sede central año 2017” en donde se indica que en la organización, la mayoría de sus colaboradores no prefiere este medio para informarse sobre actividades de la empresa.

De la misma forma, diferimos con lo dicho por Mullo (2018) en su estudio titulado “Fortalecimiento de la gestión de la comunicación y los públicos internos de la defensoría del pueblo de El Oro” ya que manifiesta que la mayor parte de dentro la organización tiene preferencia por otros medios institucionales.

De manera diferente, nos encontramos de acuerdo con lo mencionado por Huamanculi (2018) en su investigación “La relación entre la comunicación interna y la calidad de las relaciones en la MYPE TERAH SAC durante el periodo Marzo - junio del 2017”, ya que la mayor parte de su población considera el periódico mural como unos de los medios de comunicación interna más idóneos dentro las organizaciones.

VI. CONCLUSIONES

1. Con respecto al objetivo general “Determinar la percepción del uso de los medios institucionales de las Relaciones Públicas en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021”, la investigación obtiene los porcentajes de 32% y 20% en el nivel alto y muy alto respectivamente, esto indica que un 52% percibe un

uso positivo de los medios institucionales tradicionales, siendo el boletín institucional y la revista institucional los medios con mayor percepción positiva dentro de la organización, cumpliéndose con la teoría de la productividad. Sin embargo, el periódico mural y el buzón de sugerencia aún se encuentran en una percepción de nivel medio, indicando que estos dos últimos medios en mención requieren mejoras con respecto a su uso.

2. En relación al primer objetivo específico que es “Determinar la percepción del uso del boletín institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021”, se logró establecer porcentajes de 38% y 25% en los niveles alto y muy alto respectivamente, siendo que el 63% percibe de manera positiva este medio institucional, a su vez cabe indicar que la función de informar se percibe de mejor manera que la función de integrar.

3. Sobre el segundo objetivo específico que es “Determinar la percepción del uso del buzón de sugerencias en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021”, se establece el mayor porcentaje de 46% en el nivel medio, indican una percepción regular con respecto al medio, pese a eso se logra identificar la función de integrar está sobre la función de informar.

4. En cuanto al tercer objetivo específico “Determinar la percepción del uso de la revista institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021”, se obtiene los porcentajes de 38% y 22% en los niveles alto y muy alto respectivamente, siendo que el 60% tiene una percepción positiva de la revista institucional, siendo la función de informar la que más se desarrolla en este medio sobre la función de integrar.

5. En referencia al cuarto y último objetivo específico “Determinar la percepción del uso del periódico mural en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021”, se logra establecer con un mayor porcentaje de 43% en el nivel medio, teniendo una percepción regular sobre el uso del periódico mural en los trabajadores de la institución, a su vez nos indica que la función de informar e integrar se abordan equitativamente.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se propone a la escuela de Ciencia de la Comunicación de la Universidad César Vallejo fomentar investigaciones vinculadas a los medios institucionales, para que así los estudiantes y las empresas tengan clara la función de estos, ya que, para ambos es sumamente importante.

2. Se recomienda a la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, incitar a realizar estudios con una mayor población, ya que servirá para ampliar el panorama del uso de los medios institucionales dentro de las organizaciones. Así mismo sugerimos que desarrollen investigaciones tanto en instituciones públicas como privadas, para descubrir si existe alguna diferencia de cómo se usa estos medios institucionales en cada una de ellas.

3. Igualmente se sugiere realizar estudios de carácter cualitativo que permitan establecer con mayor propiedad sobre los aspectos informativos e integradores que causan los medios institucionales usados en cada organización.

4. Se recomienda nuevos temas de investigación como los medios digitales institucionales en relaciones públicas, ya que en la actualidad muchas empresas trabajan de manera remota.

5. Así mismo, se recomienda reforzar la función de integrar en el boletín institucional, ya que, es el indicador con menor aceptación dentro de la percepción de los trabajadores.

6. Sobre el buzón de sugerencias, se recomienda que la organización haga un mejor estudio acerca de este medio, ya que, en esta institución este es el medio con una percepción regular por parte de los trabajadores.

7. Respecto al periódico mural, se recomienda reforzar este medio institucional, ya que, si bien es cierto la percepción que se tiene sobre el uso del medio es regular, esto podría mejorar con un mejor plan de comunicación entre la institución y el trabajador.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, A. & Muñoz, S. *Medición en salud: Algunas consideraciones metodológicas*. Rev. Med. Chile, 136(1):125- 30, 2008.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna. Proceso, disciplina y técnica*. España, Netbiblo.
- Arribas, A. (2000). *Comunicación en la empresa. La importancia de la información interna en la empresa*. Revista Latina de Comunicación Social, (27), 1-5.
- Avilez, J. (2007). Recolección de datos. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.monografias.com/trabajos12/recoldat/recoldat.shtml>. [Consulta: 2007, marzo 26].
- Barthey, S. (1982). *Principios de percepción*. México D. F :Trillas
- Benetti, A. (19 de diciembre de 2013). *Tema 8. Técnicas de relaciones públicas en soporte papel: el boletín informativo o newsletter*. Barcelona, España.
- Bobadilla, P. (2016) *Las Relaciones Públicas y la gestión de la comunicación. Caso del Instituto del Mar del Perú (IMARPE)*, Universidad San Martín de Porres, Perú
- Caldas-Simistierra, V. & Rodríguez-Caguana, T.M. (2016). *El liderazgo social en la era digital. Gestión de la comunicación interna utilizada en el periodo 2014 para incrementar la imagen corporativa de la Unidad de Negocio CELEC EP. TERMOESMERALDAS empresa pública del Ecuador*. Comhumanitas: Revista Científica de Comunicación, 7(2), 28-47.
- Cardozo, S. & Vásquez, M. (2014). Herramientas de comunicación interna en la Universidad de Los Andes, Trujillo. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545896003.pdf>
- Carterette, E. y Friedman M. (1982). *Manual de Percepción. Raíces Históricas y Filosóficas*. México D. F.: Editorial Trillas.

- Castillo, A. (2006) *Las Relaciones Públicas Internas como factor de gestión empresarial*, Universidad de Málaga, España.
- Celina , H., & Campos, A. (2005). *Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach*. *Revista colombiana de psiquiatría*, XXXIV(004), 572-580. Obtenido de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/806/80634409.pdf>
- Chávez, N. (2007). *Introducción a la Investigación Educativa* (Tercera ed.). Maracaibo: La Columna.
- Cutlip, S., Center, A., & Broom, G. (2001). *Effective Public Relations* San Diego: Pearson
- Escurra, L. (1990). *Cuantificación de la validez de contenido por criterio de jueces*. *Revista De Psicología*, 6(1-2), 103-111. Recuperado a partir de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/4555>
- Exon, M. (2002). *Inside information. (Internal Communication)*. *Design Week*, 17(9), 26+.
<https://link.gale.com/apps/doc/A97391826/AONE?u=univcv&sid=bookmark-AONE&xid=1f0ca6a2>
- Fatuly , S., León, M. de los Ángeles, & Noboa, L. (2020). *Medios de comunicación interna como estrategia para fomentar el comportamiento de ciudadanía organizacional*. *REVISTA CIENTÍFICA ECOCIENCIA*, 7(4), 15–34.
<https://doi.org/10.21855/ecociencia.74.371>
- Gómez, J. (21 de octubre de 2015). *Cerem International Business School*. Obtenido de <https://www.cerem.pe/blog/el-buzon-de-sugerencias>
- González, C. Y Ainzúa, F. (1998) *La revista institucional: Un acercamiento hacia los aspectos teóricos y prácticos*, (tesis de pre grado), Universidad de Chile.
- Gurumendi, E. (2017) *La comunicación participativa en la cooperativa San Eduardo de Guayaquil y el uso del periódico mural para su desarrollo social*, Universidad de Guayaquil, Ecuador.

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México D. F.: McGraw-Hill.
- Hola, J., & Pikhart, M. (2014). *The implementation of internal communication system as a way to company efficiency/Nastaveni interni komunikace ke zvyseni efektivity firmy*. *E+M Ekonomie a Management*, 17(2), 161+. <https://link.gale.com/apps/doc/A376206124/AONE?u=univcv&sid=bookmark-AONE&xid=ce74bdff>
- Huamanculi, M. (2018) *La relación entre la comunicación interna y la calidad de las relaciones en la MYPE TERAH SAC durante el periodo Marzo - junio del 2017*. (tesis de pre grado), Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Huanca, G. y Torres, H. (2017) *Influencia de la Comunicación Interna en la gestión del talento humano en la Clínica Paz Holandesa en el segundo semestre del año 2016*. (tesis de pre grado), Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, Perú.
- Hurtado, J. (2006). *Metodología de la Investigación Holística* (Cuarta ed.). Venezuela: Fundación Servicios y Proyecciones para América Latina.
- Las relaciones públicas RR.PP.(s.f) *Las relaciones públicas*. Blog CEUPE. Recuperado de: <https://www.ceupe.com/blog/las-relaciones-publicas.html>.
- Manterola, C. *El proceso de medición con variables cualitativas y su aplicación en cirugía*. *Rev. Chil. Cir.*, 54(3):307- 15, 2002.
- Mullo, M. (2018) *Fortalecimiento de la gestión de la comunicación y los públicos internos de la defensoría del pueblo de El Oro*, Universidad Técnica de Machala, Ecuador.
- Nazarova, A. (2015). *Communication Strategy and Organizational Management* [Estrategia de comunicación y gestión organizativa]. New York: SUNY Empire State College
- Nosnik, A. (2013). *Teoría de la comunicación productiva: exploraciones más allá de la retroalimentación*. Santa Fe: Homo sapiens Ediciones

- Orsini B. (2000, December). *IMPROVING INTERNAL COMMUNICATIONS*. *Internal Auditor*, 57(6), 28. <https://link.gale.com/apps/doc/A69759744/AONE?u=univcv&sid=bookmark-AONE&xid=b2144a51>
- Osorio, S (2009) *La función de la comunicación interna y externa, como instrumento estratégico para mejorar el servicio al cliente en madero y maldonado, corredores de seguros S.A.* Facultad de comunicación y lenguaje comunicación social. Pontificia universidad javeriana. Bogotá–Colombia.
- Palencia, M. (2011). *90 técnicas De Comunicación Y Relaciones Públicas (2Ed.)*. Barcelona, España, *Bresca Editorial*.
- Powers, V. S. (1997, March-April). *Internal communications as a strategic function*. *Strategy & Leadership*, 25(2), 44. <https://link.gale.com/apps/doc/A19291099/AONE?u=univcv&sid=bookmark-AONE&xid=98f230c8>
- Proctor, C. (2014). *Effective Organizational Communication Affects Employee Attitude, Happiness, and Job Satisfaction* [La comunicación organizacional eficaz afecta la actitud, la felicidad y la satisfacción laboral de los empleados]. Utah: Southern Utah University
- Ramírez, P. (2002). *Propuestas de mejora para la difusión del buzón de quejas y sugerencias en los centros de salud y hospitales de los servicios de salud de Sonora*. México: Universidad de Sonora. División de Ciencias Sociales.
- Ramírez, T. (1999). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. Caracas: Editorial Panapo.
- Rimey, G. y Sanchez, A. (2017) *Herramientas de la comunicación interna en los colaboradores de la Corte Superior de Justicia de Huaura – Sede central*. (tesis de pre grado), Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- Ríos, J. (1995). *Relaciones Públicas: Su administración en las organizaciones* (4Ed.). México, *Trillas*.

- Ritter, M. (2008). *Cultura Organizacional*. Buenos Aires, Argentina, La cirugía.
- Rodríguez, F. Y Suárez, J. (2013) *Estrategias de mejoramiento en el proceso de opiniones, quejas, reclamos, solicitudes y sugerencias del cliente en la E.P.S. salud empleando la simulación discreta*, (tesis de pre grado), Universidad Libre.
- Sotelo, C. (2001) *Introducción a la Comunicación Institucional*. Barcelona. Ariel Comunicación.
- Tam, J., Vera, G., & Oliveros, R. (2008). *Tipos, Métodos y Estrategias de Investigación Científica*. *Revista de la Escuela de Posgrado*, 145-154.
- Tamayo, M. (2012). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Limusa, p. 180.
- Torres, M. (2018). Institución Universitaria Mayor de Cartagena. Obtenido de <https://colmayorbolivar.edu.co>
- Torti, A. (2006). *Comunicar para cooperar*. Buenos Aires. Editorial Espacio.
- Villanueva, E. (2015). *Relación entre la comunicación interna y la administración de la controversia pública*. *Revista Correspondencias y Análisis*, (5), 75-93.
- Weil, P. (1992) *La Comunicación Global. Comunicación Institucional y de gestión*. Madrid. Paidós.
- Zavando, D.; Suazo, I. & Manterola, C. *Validez en la investigación imagenológica*. *Rev. Chil. Radiol.*, 16(2):75-9, 2010.

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	Percepción del uso de los medios institucionales de relaciones públicas en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA
AUTOR	MENDOZA PASTOR, CLAUDIA - PITTMAN TAPULLIMA, ALEMBERT

		PROBLEMA		OBJETIVOS		VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
NIVEL	GENERAL	ESPECÍFICOS	GENERAL	ESPECÍFICOS					
	SIMPLE	¿Cuál es la percepción del uso de los medios institucionales de las Relaciones Públicas en los trabajadores de la Municipalidad de Lima?	¿Cuál es la percepción del uso del boletín institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Lima?	Determinar la percepción del uso de los medios institucionales de las Relaciones Públicas en los trabajadores de la Municipalidad de Lima.	Determinar la percepción del uso del boletín institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Lima.	PERCEPCIÓN DEL USO DE LOS MEDIOS INSTITUCIONALES DE RELACIONES PÚBLICAS	BOLETÍN Benetti, A. (2013), menciona que los boletines informativos, son elementos enviados	INFORMAR Castillo, A. (2010) en su libro "Introducción a las relaciones públicas" indica que	1. ¿Usted considera que el boletín contiene información importante sobre la organización? 2. ¿Usted considera que el boletín le brinda la información necesaria para comprender lo que ocurre en la organización a nivel corporativo?

<p>nes Pública s en los trabajad ores de la Municip alidad de Lima, 2021?</p>	<p>d Lima, 2021?</p>	<p>s de la Municipalid ad de Lima, 2021.</p>	<p>d de Lima, 2021</p>	<p>Los medios institucionales están conformados por el conjunto de vías por donde circula el flujo de información relativo a la interacción de las diversas poblaciones de la empresa y busca “bajar” las líneas sobre los sucesos que ocurren en la compañía y lograr una eficiente coordinación en la estructura de la organización. (Michael</p>	<p>por la empresa a su público interno y externo de manera gratuita, donde se muestra toda la información que la empresa desee anunciar.</p>	<p>el propósito de la institución es la de emitir la información sin ningún indicio de persuasión, ya que lo único que se quiere es ejecutar una función periodística al dar información de la organización. Y que esa información no sea engañosa ni tergiversada, sino que sea</p>	<p>B. ¿Usted considera que el boletín contiene información actualizada de la institución?</p>
--	---------------------------------	---	-----------------------------------	---	--	--	---

				Ritter, 2008, p15)		netamente informativa	
						INTEGRA R	¿Cree usted que el boletín promueve la integración con sus compañeros dentro de la institución?
						Según Cutlip, Center y Broom, (2001: 37). Indican de las relaciones públicas que es “una función directiva que dispone y sostiene relaciones mutuament e satisfactori as entre una institución	5. ¿Usted considera que el boletín incentiva la participación de los trabajadores en las actividades de la organización?

						y sus públicos de las que depende su éxito o fracaso.	
	<p>¿Cuál es la percepción del uso del buzón de sugerencias en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021?</p>	<p>Determinar la percepción del uso del buzón de sugerencias en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021</p>	<p>BUZÓN DE SUGERENCIAS</p> <p>Gómez, J. (2015), manifiesta que el buzón de sugerencias es atrayente y atemporal, que brinda a los trabajadores la potestad de poder mostrar sus propuestas, ideas, quejas, recomienda</p>	<p>INFORMAR</p>	<p>8. ¿Considera usted que el buzón de sugerencias le permite dar a conocer actividades que la empresa aún no desarrolla o podría mejorar?</p>		
<p>¿Considera que el buzón de sugerencias es el medio indicado para que informe sus quejas, opiniones o sugerencias?</p>							
<p>9. ¿Con qué frecuencia cree usted que el buzón de sugerencias promueve la integración con sus compañeros de trabajo?</p>							
						INTEGRAR	<p>9. ¿Usted considera que el buzón de sugerencias permita que en un futuro se resuelvan problemas con</p>

					ciones, y felicitaciones		respecto a la integración con la empresa?
	¿Cuál es la percepción del uso de las revistas institucionales en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021?		Determinar la percepción del uso de las revistas institucionales en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021		REVISTA INSTITUCIONAL Según Rivera, R. (2012), en su libro "Relaciones Públicas y comunicación corporativa", hace mención a que las revistas institucionales son parte de las responsabilidades del departamento de relaciones públicas de cualquier organización	INFORMAR	10. ¿Considera usted que la revista institucional contiene información importante sobre la institución?
11. ¿Considera usted que la información brindada en la revista institucional le ayuda a mantenerse informado sobre temas de la organización?							
12. ¿Usted considera que la información en la revista institucional se encuentra actualizada?							
					14. ¿Usted considera que la revista institucional desarrolla temas orientados a su integración con la institución?		

						n, y esta a su vez ayuda a mantener una cierta comunicación entre todas aquellas personas que laboran en la institución.		
		¿Cuál es la percepción del uso del periódico mural en los trabajadores de la Municipalidad Metropolitana		Determinar la percepción del uso del periódico mural en los trabajadores de la Municipalidad		PERIÓDICO MURAL Ríos, J. (1995) en su Libro "Relaciones Públicas: Su administración	INFORMAR	15. ¿Considera usted que el periódico mural le ayuda a mantenerse informado sobre temas de la organización? 16. ¿Usted considera que el periódico mural contiene información actualizada sobre asuntos de la empresa?

		a de Lima, 2021?		d de Lima, 2021	<p>ón en las organizacio nes” define que el periódico mural como un medio institucional sencillo y muy difundido en el que se puede colocar temporalmente material informativo de manera temporal sobre diversos temas como cambios en el horario</p>	<p>INTEGRA R</p>	<p>¿Cree usted que el periódico mural promueve la integración con sus compañeros?</p> <p>18. ¿Usted considera que el periódico mural desarrolla temas orientados a la integración con la institución?</p>
--	--	---------------------	--	--------------------	---	----------------------	---

ANEXO 2: VALIDACIÓN 1



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: *Gómez Díez Ruben*

Título y/o Grado:

Ph. D ()	Doctor ()	Magister (X)	Licenciado ()	Otros. () Especifique
-----------	------------	--------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: *UCV*

Fecha: *05/12/19*

Percepción del uso de los medios institucionales tradicionales de relaciones públicas en los trabajadores de la gerencia cultura de la Municipalidad Metropolitana de Lima, 2019

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	/		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	/		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	/		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

Ruben Gomez Diez

Nombres y apellidos:

ANEXO 3: VALIDACIÓN 2



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mator Chura Javier

Título y/o Grado:

Ph. D ()	Doctor ()	Magister (x)	Licenciado ()	Otros. () Especifique
-----------	------------	--------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: UCV

Fecha: 05/12/19

Percepción del uso de los medios institucionales tradicionales de relaciones públicas en los trabajadores de la gerencia cultura de la Municipalidad Metropolitana de Lima, 2019

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	TOTAL			

SUGERENCIAS:

Firma del experto:


 Nombres y apellidos:
Javier Mator Chura

ANEXO 4: VALIDACIÓN 3



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: LUCIA PILLACA Elenisa

Título y/o Grado: MAGISTER

Ph. D ()	Doctor ()	Magister <input checked="" type="checkbox"/>	Licenciado ()	Otros. () Especifique
-----------	------------	--	----------------	------------------------

Universidad que labora: UCV

Fecha: 5-12-19

Percepción de los medios institucionales tradicionales de relaciones públicas en los trabajadores de la gerencia de cultura de la Municipalidad Metropolitana de Lima, Lima, 2019

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	✓		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	✓		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		✓	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

Elenisa Lucia Pillaca

Nombres y apellidos:

ANEXO 5: FORMULARIO GOOGLE FORMS

Encuesta sobre: Percepción del uso de los medios institucionales de relaciones públicas en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021

La encuesta que le presenta es totalmente anónima y reservada. No hay respuesta correcta ni incorrecta, por favor, conteste todas las preguntas con la mayor sinceridad.

* Required

1. ¿Usted considera que el boletín contiene información importante sobre la organización? *

Nunca

Casi nunca

A veces

Casi siempre

Siempre

2. ¿Usted considera que el boletín le brinda la información necesaria para comprender lo que ocurre en la organización a nivel corporativo? *

Nunca

Casi nunca

A veces

Casi siempre

Siempre

3. ¿Usted considera que el boletín contiene información actualizada de la institución? *

Nunca

Casi nunca

A veces

Casi siempre

Siempre

4. ¿Cree usted que el boletín promueve la integración con sus compañeros dentro de la institución? *

Nunca

Casi nunca

A veces

Casi siempre

Siempre

5. ¿Usted considera que el boletín incentiva la participación de los trabajadores en las actividades de la organización? *

Nunca

Casi nunca

A veces

Casi siempre

Siempre

6. ¿Considera usted que el buzón de sugerencias le permite dar a conocer actividades que la empresa aún no desarrolla o podría mejorar? *

Nunca

Casi nunca

A veces

Casi siempre

Siempre

7. ¿Considera que el buzón de sugerencias es el medio indicado para que informe sus quejas, opiniones o sugerencias? *

Nunca

Casi nunca

A veces

Casi siempre

Siempre

8. ¿Con qué frecuencia cree usted que el buzón de sugerencias promueve la integración con sus compañeros de trabajo? *

Nunca

Casi nunca

A veces

Casi siempre

Siempre

9. ¿Usted considera que el buzón de sugerencias permita que en un futuro se resuelvan problemas con respecto a la integración con la empresa? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

10. ¿Considera usted que la revista institucional contiene información importante sobre la institución? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

11. ¿Considera usted que la información brindada en la revista institucional le ayuda a mantenerse informado sobre temas de la organización? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

12. ¿Usted considera que la información en la revista institucional se encuentra actualizada? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

13. ¿Cree usted que la revista institucional promueve la integración con sus compañeros? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

14. ¿Usted considera que la revista institucional desarrolla temas orientados a su integración con la institución? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

15. ¿Considera usted que el periódico mural le ayuda a mantenerse informado sobre temas de la organización? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

16. ¿Usted considera que el periódico mural contiene información actualizada sobre asuntos de la empresa? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

17. ¿Cree usted que el periódico mural promueve la integración con sus compañeros? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

ANEXO 7: RESULTADOS PROCESADOS EN EXCEL

ANEXO 8: PORCENTAJE DE SIMILITUD

feedback studio CLAUDIA ESTEFANY MENDOZA PASTOR PERCEPCIÓN DEL USO DE LOS MEDIOS INSTITUCI... ?



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Percepción del uso de los medios institucionales de relaciones públicas en los trabajadores de la Municipalidad de Lima. 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO

AUTORES:

Mendoza Pastor, Claudia Estefany (ORCID: 0000-0002-1333-9586)

Pittman Tapullima, Alember (ORCID: 0000-0001-8134-489X)

ASESOR:

Maestro. Argote Moreau, Javier (ORCID: 0000-0002-5950-7848)

Resumen de coincidencias ✕

25 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

- 1 repositorio.ucv.edu.pe 10 % >
Fuente de Internet
- 2 Entregado a Universida... 2 % >
Trabajo del estudiante
- 3 Entregado a Universida... 1 % >
Trabajo del estudiante
- 4 repositorio.unjfac.edu.pe 1 % >
Fuente de Internet
- 5 www.researchgate.net 1 % >
Fuente de Internet
- 6 repositorio.usmp.edu.pe 1 % >
Fuente de Internet
- 7 Entregado a Universida... 1 % >
Trabajo del estudiante
- 8 dspace.utpl.edu.ec <1 % >
Fuente de Internet

ANEXO 9: CONSENTIMIENTO INFORMADO

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Mediante la firma de este documento, yo Katherine Mayte Villanueva Alvarado, regidora de la Municipalidad Metropolitana de Lima doy mi consentimiento de que los estudiantes Mendoza Pastor, Claudia Estefany y Pittman Tapullima, Alembert, a que realicen su investigación dentro de la institución a la cual represento para obtener el título de licenciados en Ciencias de la Comunicación en la Universidad César Vallejo. Soy totalmente consciente que la información que se brindará permitirá el análisis de los datos que los colaboradores poseen.

Entiendo que la institución fue elegida para formar parte del estudio titulado "Percepción del uso de los medios institucionales de relaciones públicas en los trabajadores de la Municipalidad de Lima, 2021". Los colaboradores participaron de manera voluntaria y la información brindada por ellos es confidencial y veraz.

 MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA
CONCEJO METROPOLITANO

KATHERINE MAYTE VILLANUEVA ALVARADO
REGIDOR METROPOLITANO
DNI: 72937269


ALEMBERT PITTMAN TAPULLIMA
INVESTIGADOR
DNI: 70259538

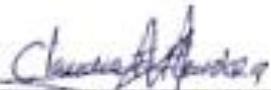
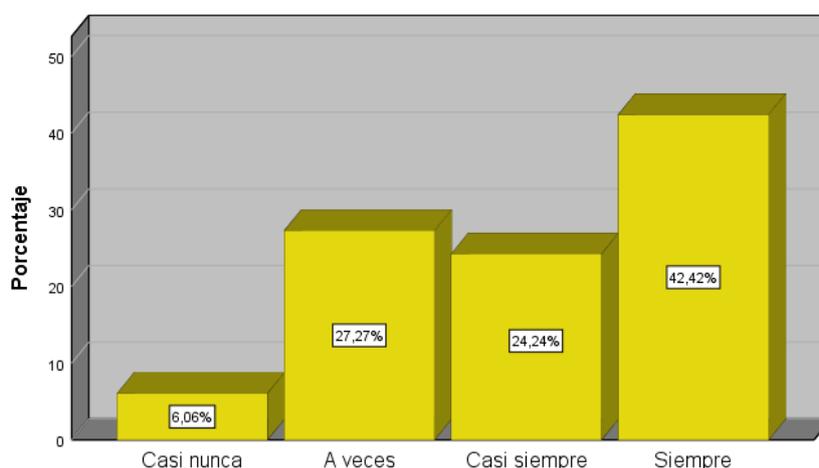

CLAUDIA ESTEFANY MENDOZA PASTOR
INVESTIGADORA
DNI: 76043256

TABLA N° 8

¿Usted considera que el boletín contiene información importante sobre la organización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	6,1	6,1	6,1
	A veces	9	27,3	27,3	33,3
	Casi siempre	8	24,2	24,2	57,6
	Siempre	14	42,4	42,4	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

¿Usted considera que el boletín contiene información importante sobre la organización?



Fuente: Elaboración propia

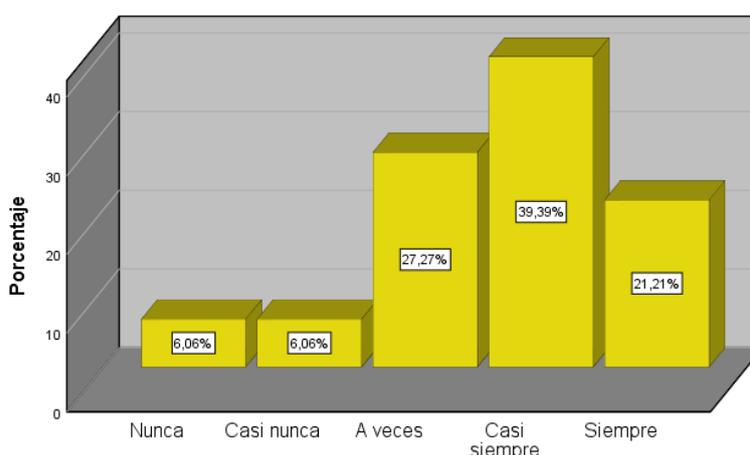
Respecto al cuestionario si el boletín contiene información importante sobre la organización, 6,1% indicó que casi nunca el boletín contiene información importante de la organización, 27,3% a veces, 24,2% casi siempre y 42,4% siempre. Esto indica que un 93,9% considera que el boletín contiene información importan de la institución.

TABLA N° 9

¿Usted considera que el boletín le brinda la información necesaria para comprender lo que ocurre en la organización a nivel corporativo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	6,1	6,1	6,1
	Casi nunca	2	6,1	6,1	12,1
	A veces	9	27,3	27,3	39,4
	Casi siempre	13	39,4	39,4	78,8
	Siempre	7	21,2	21,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

¿Usted considera que el boletín le brinda la información necesaria para comprender lo que ocurre en la organización a nivel corporativo?



Fuente: Elaboración propia

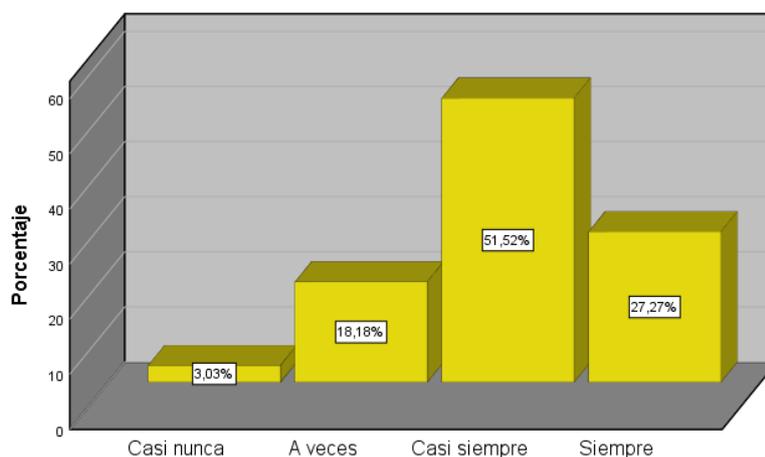
Respecto al cuestionario si el boletín le brinda la información necesaria para comprender lo que ocurre en la organización a nivel corporativo, 6,1% manifestó que nunca, 6,1% indicó que casi nunca el boletín contiene información necesaria para comprender lo que ocurre en la organización a nivel corporativo, 27,3% a veces, 39,4% casi siempre y 21,2% siempre. Esto indica que un 87,9% considera que el boletín contiene información de lo que ocurre en la institución a nivel corporativo.

TABLA N° 10

¿Usted considera que el boletín contiene información actualizada de la institución?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	3,0	3,0	3,0
	A veces	6	18,2	18,2	21,2
	Casi siempre	17	51,5	51,5	72,7
	Siempre	9	27,3	27,3	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

¿Usted considera que el boletín contiene información actualizada de la institución?



Fuente: Elaboración propia

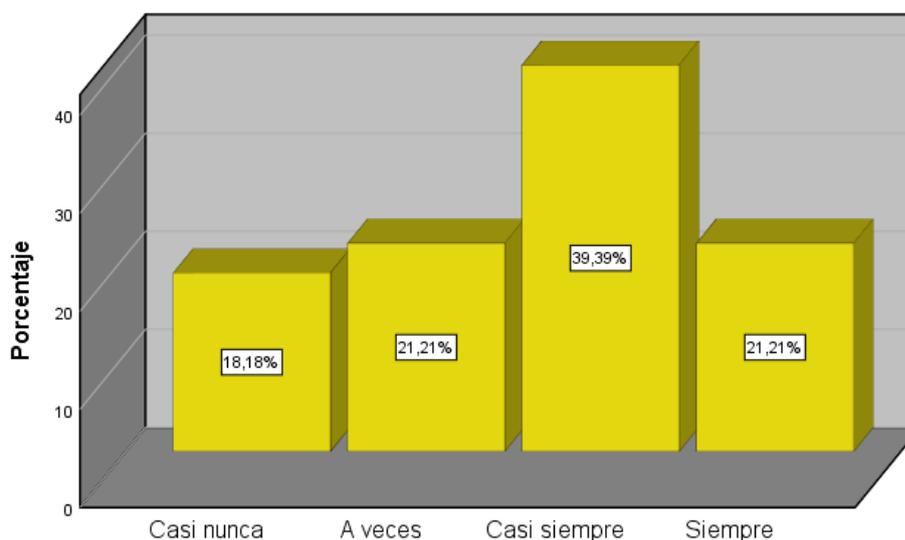
Respecto al cuestionario si el boletín contiene información actualizada de la institución, 3% indicó que casi nunca el boletín contiene información actualizada de la organización, 18,2% a veces, 51,5% casi siempre y 27,3% siempre. Esto indica que un 97% considera que el boletín contiene información actualizada de la institución.

TABLA N° 11

¿Cree usted que el boletín promueve la integración con sus compañeros dentro de la institución?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	6	18,2	18,2	18,2
	A veces	7	21,2	21,2	39,4
	Casi siempre	13	39,4	39,4	78,8
	Siempre	7	21,2	21,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

¿Cree usted que el boletín promueve la integración con sus compañeros dentro de la institución?



Fuente: Elaboración propia

Respecto al cuestionario si el boletín promueve la integración entre compañeros dentro de la institución, 18.2% indicó que casi nunca el boletín contiene información importante de la organización, 21,2% a veces, 39,4% casi siempre y 21,2% siempre. Esto indica que un 81,8% considera que el boletín promueve la integración entre compañeros en la institución.

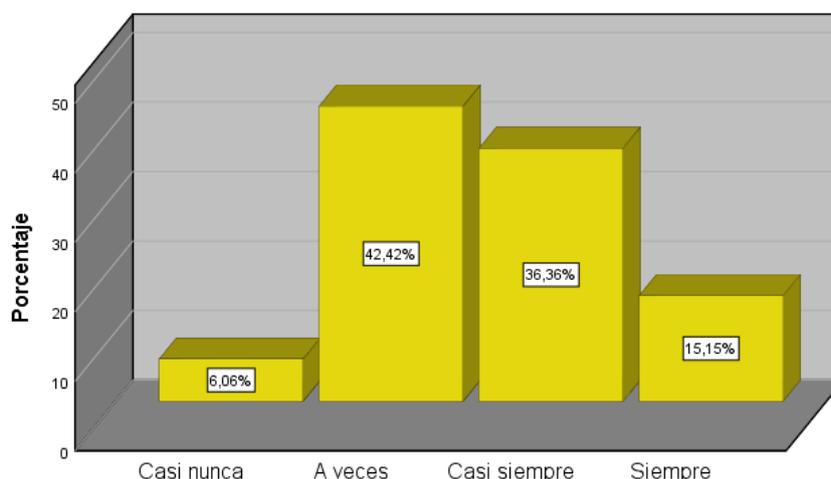
TABLA N° 12

¿Usted considera que el boletín incentiva la participación de los trabajadores en las actividades de la organización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	6,1	6,1	6,1
	A veces	14	42,4	42,4	48,5
	Casi siempre	12	36,4	36,4	84,8
	Siempre	5	15,2	15,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

el boletín incentiva la participación de los trabajadores en las actividades de la organización

¿Usted considera que el boletín incentiva la participación de los trabajadores en las actividades de la organización?



Fuente: Elaboración propia

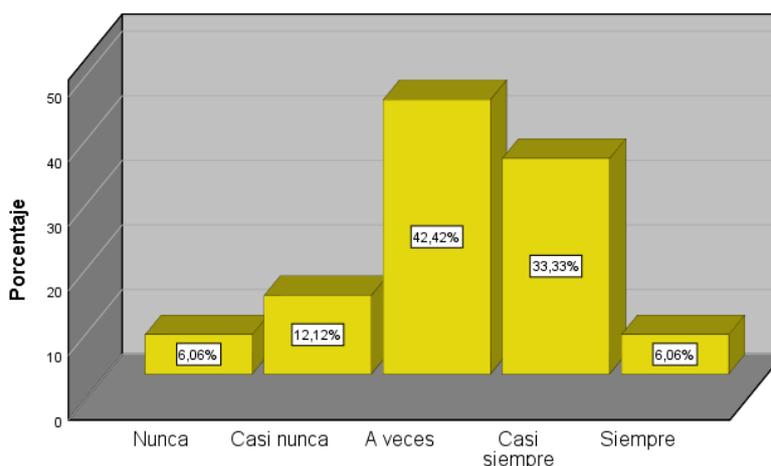
Respecto al cuestionario si el boletín incentiva la participación de los trabajadores en las actividades de la organización, 6,1% indicó que casi nunca el boletín incentiva la participación de los trabajadores en las actividades de la organización, 42,4% a veces, 36,4% casi siempre y 15,2% siempre. Esto indica que un 94% considera que el boletín incentiva la participación de los trabajadores en las actividades de la organización.

TABLA N° 13

¿Considera usted que el buzón de sugerencias le permite dar a conocer actividades que la empresa aún no desarrolla o podría mejorar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	6,1	6,1	6,1
	Casi nunca	4	12,1	12,1	18,2
	A veces	14	42,4	42,4	60,6
	Casi siempre	11	33,3	33,3	93,9
	Siempre	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

¿Considera usted que el buzón de sugerencias le permite dar a conocer actividades que la empresa aún no desarrolla o podría mejorar?



Fuente: Elaboración propia

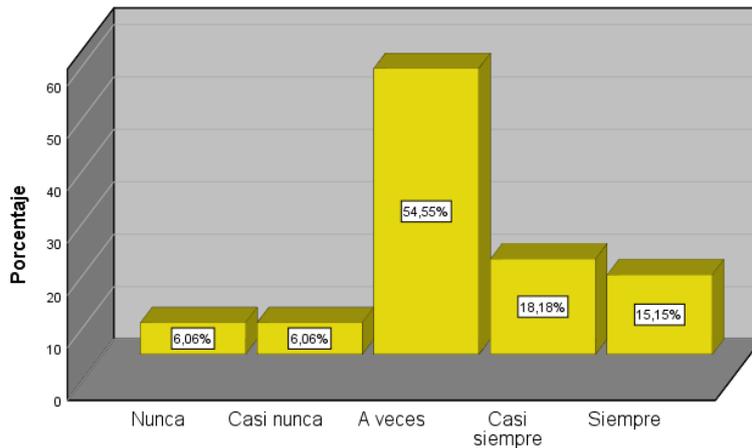
Respecto al cuestionario si el buzón de sugerencias le permite dar a conocer actividades que la empresa aún no desarrolla o podría mejorar, 6,1% indicó que nunca el buzón de sugerencias le permite dar a conocer actividades que la empresa aún no desarrolla o podría mejorar, 12,1% que casi nunca, 42,4% a veces, 33,3% casi siempre y 6,1% siempre. Esto indica que un 81,8% considera que el buzón de sugerencias le permite dar a conocer actividades que la empresa aún no desarrolla o podría mejorar

TABLA N° 14

¿Considera que el buzón de sugerencias es el medio indicado para que informe sus quejas, opiniones o sugerencias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	6,1	6,1	6,1
	Casi nunca	2	6,1	6,1	12,1
	A veces	18	54,5	54,5	66,7
	Casi siempre	6	18,2	18,2	84,8
	Siempre	5	15,2	15,2	100,0
	Total		33	100,0	100,0

¿Considera que el buzón de sugerencias es el medio indicado para que informe sus quejas, opiniones o sugerencias?



Fuente: Elaboración propia

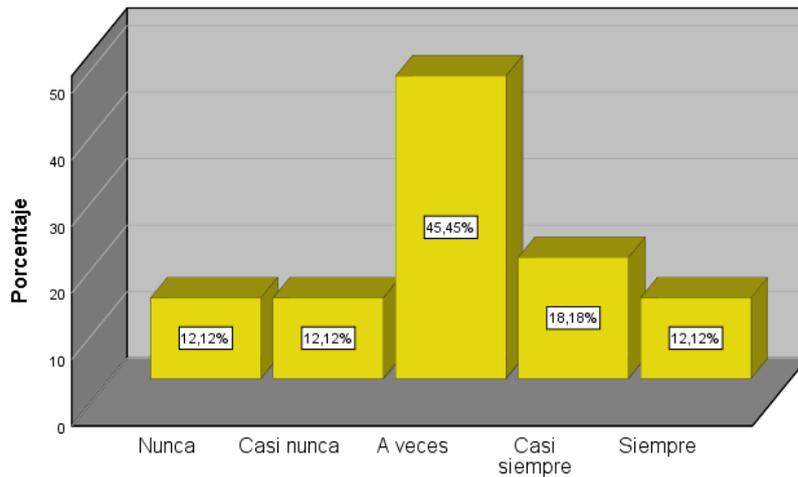
Respecto al cuestionario si el buzón de sugerencias es el medio indicado para que informe sus quejas, opiniones o sugerencias, 6,1% indicó que nunca el buzón de sugerencias es el medio indicado para que informe sus quejas, opiniones o sugerencias, 6,1% casi nunca, 54,5% a veces, 18,2% casi siempre y 15,2% siempre. Esto indica que un 73,9% considera que el buzón de sugerencias es el medio indicado para que informe sus quejas, opiniones o sugerencias.

TABLA N° 15

¿Con qué frecuencia cree usted que el buzón de sugerencias promueve la integración con sus compañeros de trabajo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	12,1	12,1	12,1
	Casi nunca	4	12,1	12,1	24,2
	A veces	15	45,5	45,5	69,7
	Casi siempre	6	18,2	18,2	87,9
	Siempre	4	12,1	12,1	100,0
	Total		33	100,0	100,0

¿Con qué frecuencia cree usted que el buzón de sugerencias promueve la integración con sus compañeros de trabajo?



Fuente: Elaboración propia

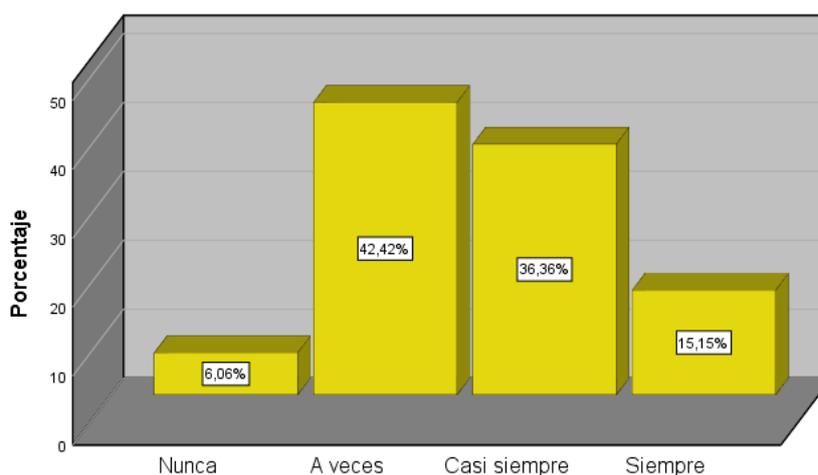
Respecto al cuestionario si el buzón de sugerencias promueve la integración entre compañeros de trabajo, 12,1% indicó que nunca el buzón de sugerencias promueve la integración entre compañeros de trabajo, 12,1% casi nunca, 45,5% a veces, 18,2% casi siempre y 12,1% siempre. Esto indica que un 75,8% considera que el buzón de sugerencias promueve la integración entre compañeros de trabajo.

TABLA N° 16

¿Usted considera que el buzón de sugerencias permita que en un futuro se resuelvan problemas con respecto a la integración con la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	6,1	6,1	6,1
	A veces	14	42,4	42,4	48,5
	Casi siempre	12	36,4	36,4	84,8
	Siempre	5	15,2	15,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

¿Usted considera que el buzón de sugerencias permita que en un futuro se resuelvan problemas con respecto a la integración con la empresa?



Fuente: Elaboración propia

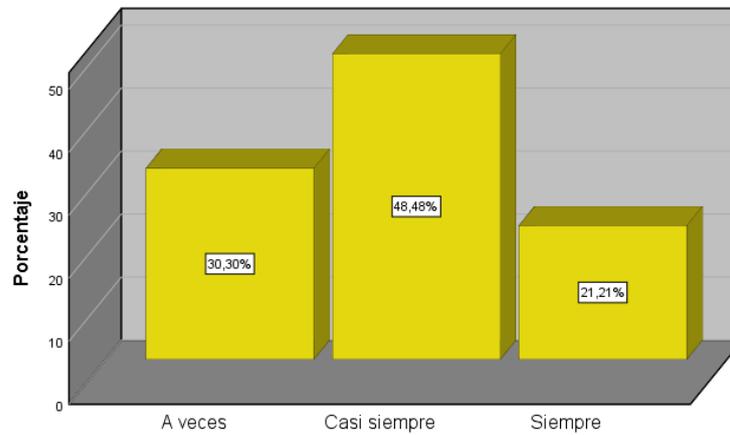
Respecto al cuestionario si el buzón de sugerencias permita que en un futuro se resuelvan problemas con respecto a la integración con la empresa, 6,1% indicó que nunca el buzón de sugerencias permita que en un futuro se resuelvan problemas con respecto a la integración con la empresa, 42,4% a veces, 36,4% casi siempre y 15,2% siempre. Esto indica que un 94% considera que el buzón de sugerencias permita que en un futuro se resuelvan problemas con respecto a la integración con la empresa.

TABLA N° 17

¿Considera usted que la revista institucional contiene información importante sobre la institución?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	10	30,3	30,3	30,3
	Casi siempre	16	48,5	48,5	78,8
	Siempre	7	21,2	21,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

¿Considera usted que la revista institucional contiene información importante sobre la institución?



Fuente: Elaboración propia

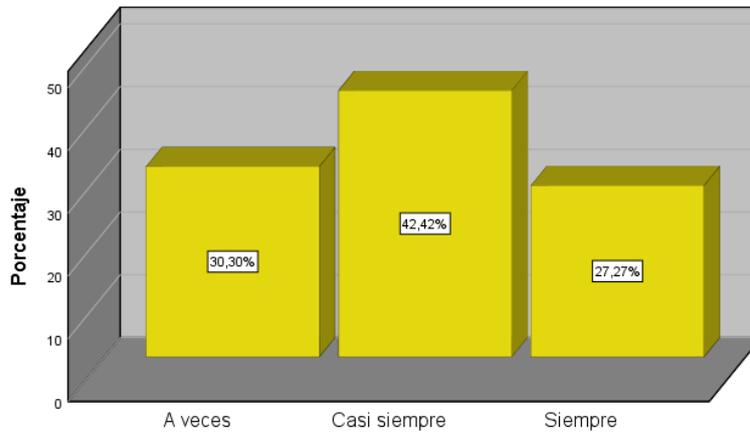
Respecto al cuestionario si la revista institucional contiene información importante sobre la institución, 30,3% indicó que a veces la revista institucional contiene información importante sobre la institución, 48,5% casi siempre y 21,2% siempre. Esto indica que un 100% considera que la revista institucional contiene información importante sobre la institución.

TABLA N° 18

¿Considera usted que la información brindada en la revista institucional le ayuda a mantenerse informado sobre temas de la organización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	10	30,3	30,3	30,3
	Casi siempre	14	42,4	42,4	72,7
	Siempre	9	27,3	27,3	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

¿Considera usted que la información brindada en la revista institucional le ayuda a mantenerse informado sobre temas de la organización?



Fuente: Elaboración propia

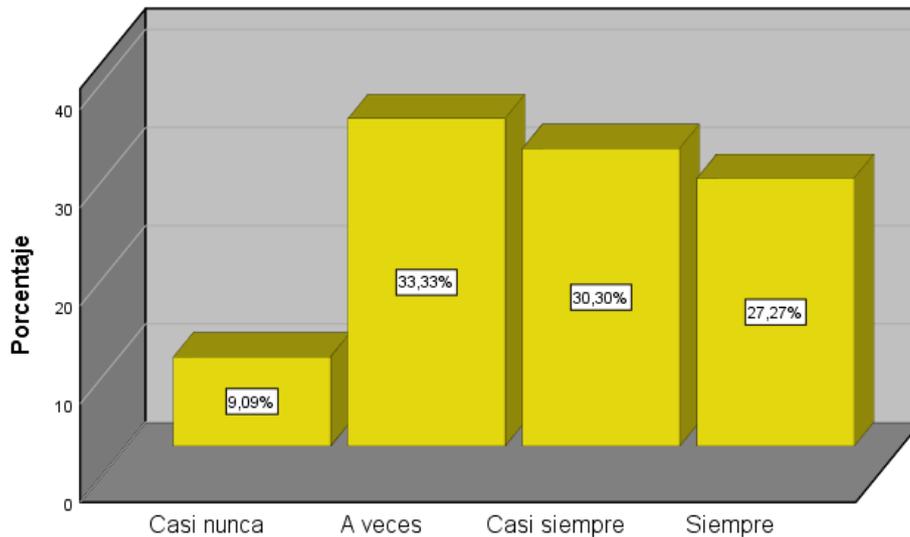
Respecto al cuestionario si la información brindada en la revista institucional ayuda a mantenerse informado sobre temas de la organización, 30,3% indicó que a veces la revista institucional contiene información importante sobre la institución, 42,4% casi siempre y 27,3% siempre. Esto indica que un 100% considera que la información brindada en la revista institucional ayuda a mantenerse informado sobre temas de la organización.

TABLA N° 19

¿Usted considera que la información en la revista institucional se encuentra actualizada?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	9,1	9,1	9,1
	A veces	11	33,3	33,3	42,4
	Casi siempre	10	30,3	30,3	72,7
	Siempre	9	27,3	27,3	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

¿Usted considera que la información en la revista institucional se encuentra actualizada?



Fuente: Elaboración propia

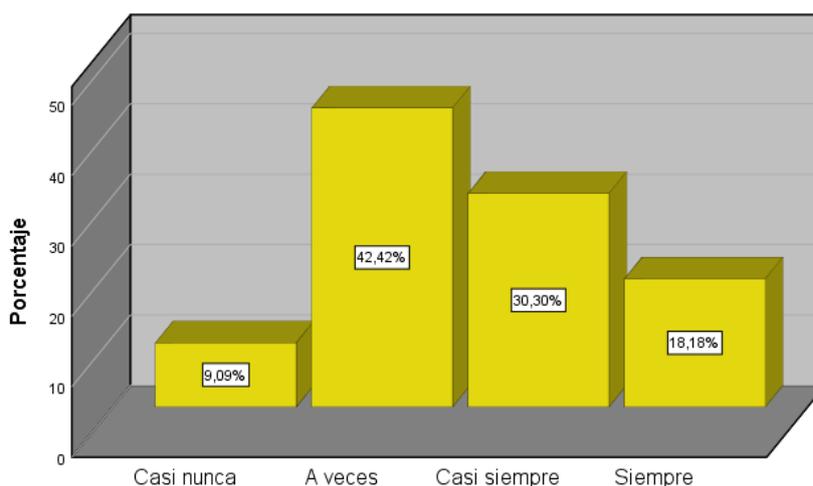
Respecto al cuestionario si la información en la revista institucional se encuentra actualizada, 9,1% indicó que casi nunca la información en la revista institucional se encuentra actualizada, 33,3% a veces, 30,3% casi siempre y 27,3% siempre. Esto indica que un 90,3% considera que la información en la revista institucional se encuentra actualizada.

TABLA N° 20

¿Cree usted que la revista institucional promueve la integración con sus compañeros?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	9,1	9,1	9,1
	A veces	14	42,4	42,4	51,5
	Casi siempre	10	30,3	30,3	81,8
	Siempre	6	18,2	18,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

¿Cree usted que la revista institucional promueve la integración con sus compañeros?



Fuente: Elaboración propia

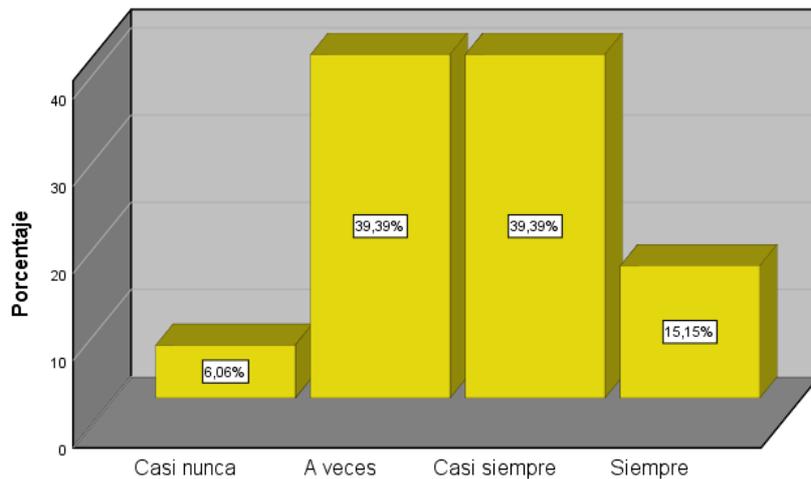
Respecto al cuestionario si la revista institucional promueve la integración entre compañeros, 9,1% indicó que casi nunca la revista institucional promueve la integración entre compañeros, 42,4% a veces, 30,3% casi siempre y 18,2% siempre. Esto indica que un 90,9% considera que la revista institucional promueve la integración entre compañeros.

TABLA N° 21

¿Usted considera que la revista institucional desarrolla temas orientados a su integración con la institución?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	6,1	6,1	6,1
	A veces	13	39,4	39,4	45,5
	Casi siempre	13	39,4	39,4	84,8
	Siempre	5	15,2	15,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

¿Usted considera que la revista institucional desarrolla temas orientados a su integración con la institución?



Fuente: Elaboración propia

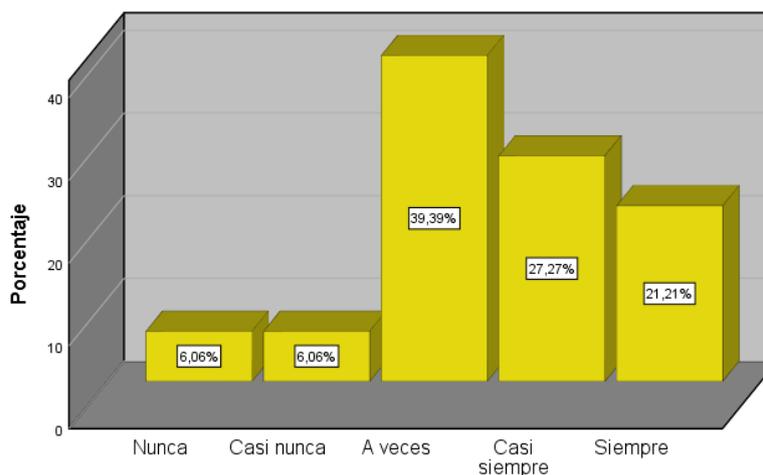
Respecto al cuestionario si la revista institucional desarrolla temas orientados a la integración con la institución, 6,1% indicó que casi nunca la revista institucional desarrolla temas orientados a la integración con la institución, 39,4% a veces, 39,4% casi siempre y 15,2% siempre. Esto indica que un 94% considera que la revista institucional desarrolla temas orientados a la integración con la institución.

TABLA N° 22

¿Considera usted que el periódico mural le ayuda a mantenerse informado sobre temas de la organización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	6,1	6,1	6,1
	Casi nunca	2	6,1	6,1	12,1
	A veces	13	39,4	39,4	51,5
	Casi siempre	9	27,3	27,3	78,8
	Siempre	7	21,2	21,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

¿Considera usted que el periódico mural le ayuda a mantenerse informado sobre temas de la organización?



Fuente: Elaboración propia

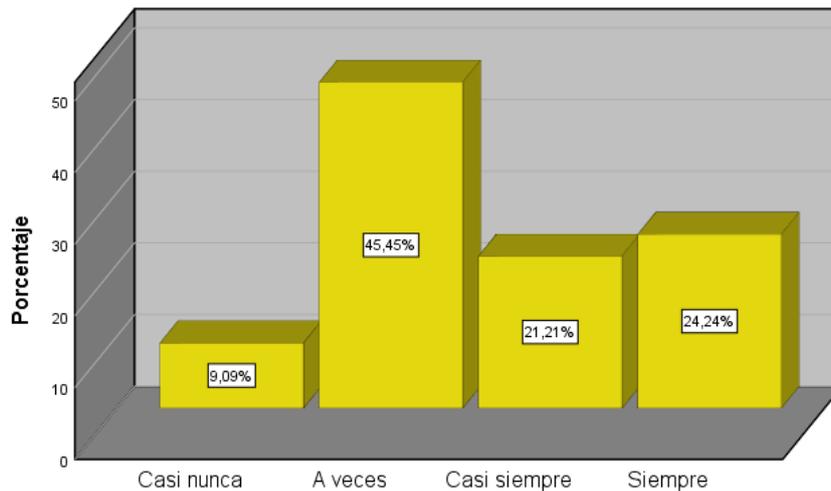
Respecto al cuestionario si el periódico mural le ayuda a mantenerse informado sobre temas de la organización, 6,1% indicó que nunca el periódico mural le ayuda a mantenerse informado sobre temas de la organización, 6,1% casi nunca, 39,4% a veces, 27,3% casi siempre y 21,2% siempre. Esto indica que un 87,9% considera que el periódico mural le ayuda a mantenerse informado sobre temas de la organización.

TABLA N° 23

¿Usted considera que el periódico mural contiene información actualizada sobre asuntos de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	9,1	9,1	9,1
	A veces	15	45,5	45,5	54,5
	Casi siempre	7	21,2	21,2	75,8
	Siempre	8	24,2	24,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

¿Usted considera que el periódico mural contiene información actualizada sobre asuntos de la empresa?



Fuente: Elaboración propia

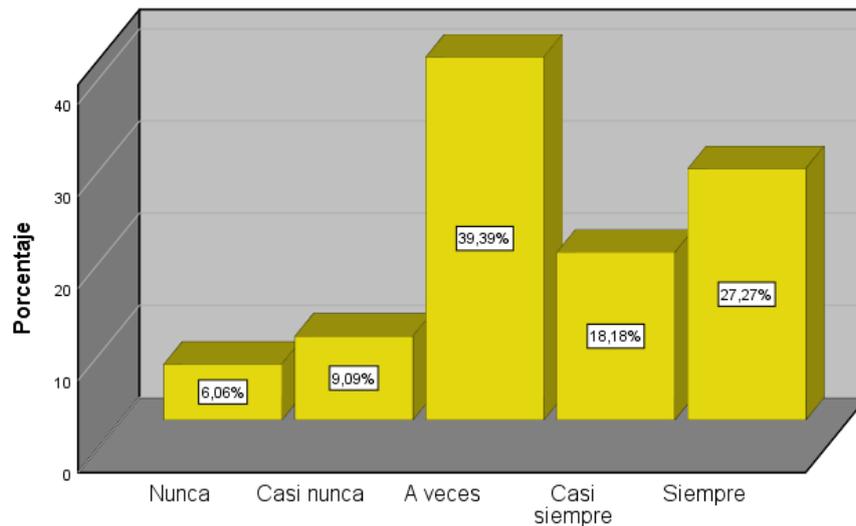
Respecto al cuestionario si el periódico mural contiene información actualizada sobre asuntos de la empresa, 6,1% indicó que casi nunca el periódico mural contiene información actualizada sobre asuntos de la empresa, 45,5% a veces, 21,2% casi siempre y 24,2% siempre. Esto indica que un 90,9% considera que el periódico mural contiene información actualizada sobre asuntos de la empresa.

TABLA N° 24

¿Cree usted que el periódico mural promueve la integración con sus compañeros?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	6,1	6,1	6,1
	Casi nunca	3	9,1	9,1	15,2
	A veces	13	39,4	39,4	54,5
	Casi siempre	6	18,2	18,2	72,7
	Siempre	9	27,3	27,3	100,0
	Total		33	100,0	100,0

¿Cree usted que el periódico mural promueve la integración con sus compañeros?



Fuente: Elaboración propia

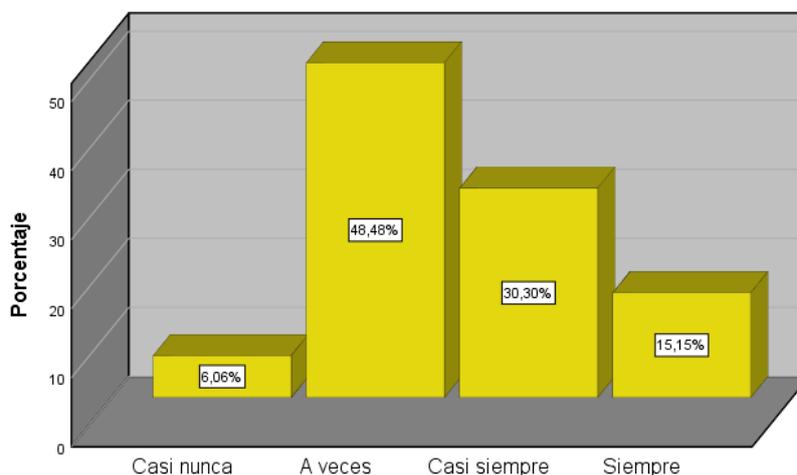
Respecto al cuestionario si el periódico mural promueve la integración con los compañeros en la institución, 6,1% indicó que nunca el periódico mural promueve la integración con entre compañeros, 9,1% casi nunca, 39,4% a veces, 18,2% casi siempre y 27,3% siempre. Esto indica que un 84,9% considera que el periódico mural promueve la integración entre compañeros.

TABLA N° 25

¿Usted considera que el periódico mural desarrolla temas orientados a la integración con la institución?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	6,1	6,1	6,1
	A veces	16	48,5	48,5	54,5
	Casi siempre	10	30,3	30,3	84,8
	Siempre	5	15,2	15,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

¿Usted considera que el periódico mural desarrolla temas orientados a la integración con la institución?



Fuente: Elaboración propia

Respecto al cuestionario si el periódico mural desarrolla temas orientados a la integración con la institución, 6,1% indicó que casi nunca el periódico mural desarrolla temas orientados a la integración con la institución, 48,5% a veces, 30,3% casi siempre y 15,2% siempre. Esto indica que un 94% considera que el periódico mural desarrolla temas orientados a la integración con la institución.