



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

“La relación de la Comunicación Interna y la Identidad corporativa  
en los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro  
Ulloa- Miraflores- 2017”

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado de Ciencias de la Comunicación**

Autor(es):

Katherine Andrea Carrasco Chirito

Asesor:

Mg. César Smith Corrales

Línea de Investigación:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

Lima- Perú

2017

**Página del Jurado**

Mg. Cecilia Brenner Galarza  
**Presidente**

Mg. Javier Argote Moreau  
**Secretario**

Lic. Fernando Rossi Castillo  
**Vocal**

### **Dedicatoria**

Este trabajo se lo dedico a mi familia y amistades que siempre han estado en todo momento, en especial a mi padre y madre que me apoyaron siempre y motivándome a ser cada día mejor.

Agradecimiento:

Agradezco a los miembros del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa por acceder a investigar esta institución.

## **DECLARACION DE AUTENTICIDAD**

YO: Katherine Andrea Carrasco Chirito, con D.N.I. N° 74314566, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes considerados en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que presenta en la presente Tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto en los documentos como de la información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo

Lima, Diciembre del 2017

Katherine Andrea Carrasco Chirito  
74314566

## **Presentación:**

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “La relación de la Comunicación Interna y la Identidad Corporativa en los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa - Miraflores- 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en ciencias de la comunicación.

La Autora

## Índice

	Pág.
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	ix
Abstract	x
<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>11</b>
1.1. Realidad problemática	11
1.2. Trabajos previos	14
1.3. Teorías relacionadas al tema	15
1.4. Formulación del problema	32
1.5. Justificación del estudio	22
1.6. Hipótesis	34
1.7. Objetivos	35
<b>2. METODO</b>	<b>35</b>
2.1. Diseño de la investigación	35
Tipo de estudio	
Nivel de estudio	
2.2. Variables y operacionalización	36
Variable 1	
Variable 1	
2.3. Población y muestra	39
Población	
Diseño muestral	
Muestra	
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	40
2.4.1. Instrumento de recolección de datos	41
Validación y confiabilidad del instrumento	
Validez	
Opinión de expertos	

Métodos de análisis de datos	
2.5. Métodos de análisis de datos	44
2.6. Aspectos éticos	44
<b>3. RESULTADOS</b>	<b>45</b>
3.1. Cuestionario para medir la variable comunicación interna	45
Dimensión I comunicación formal	
Dimensión II comunicación formal	
3.2. Cuestionario para medir la variable identidad corporativa	62
Dimensión I filosofía corporativa	
Dimensión II cultura corporativa	
Dimensión III identidad visual	
Prueba de hipótesis	
Hipótesis general	
Hipótesis específica 1	
Hipótesis específica 2	
Hipótesis específica 3	
<b>4. DISCUSION</b>	<b>84</b>
<b>5. CONCLUSIONES</b>	<b>86</b>
<b>6. RECOMENDACIONES</b>	<b>87</b>
<b>7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b>	<b>88</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>93</b>



## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación de la comunicación interna y la identidad corporativa en los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores-2017. Para poder hallar el resultado de la relación se encuestó a 236 personas del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa. Se utilizó dos cuestionarios, uno para la variable “Comunicación Interna” y la otra para la variable “Identidad Corporativa”, que tuvo como alternativas del 1 al 5 con escala de Likert, el instrumento fue validado a través de un juicio de expertos resultó con un coeficiente de 0.94 (94%) Asimismo la confiabilidad del instrumento se realizó utilizando la técnica de Alfa Cronbach de con valor de 0,976, en la cual nos indica un buen índice de confiabilidad. El criterio para la comprobación de la hipótesis general se realizó con análisis estadístico del Chi<sup>2</sup> de Pearson con una muestra de 236 personales entre asistenciales y administrativos del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa en la que se identificó la relación de la comunicación interna y la identidad corporativa en los trabajadores del Hospital de emergencias “ José Casimiro Ulloa”, al observarse que el valor de sig = 0,000 < = 0,05, con un valor de 95% de confianza y 0,05 de error. Se obtuvo para los valores de  $X^2_c=134,048$  y  $X^2_t = 9.4877$  donde el resultado es que si existe una relación significativa en la comunicación interna y la identidad corporativa en los trabajadores del Hospital de emergencias José Casimiro Ulloa. Esta investigación es Descriptiva- Correlacional, no experimental.

**Palabras clave:** Comunicación interna- identidad corporativa -Trabajadores -Hospital de Emergencias José Casimiro.

## Abstract

The main objective of the present investigation was to determine the relationship between internal communication and corporate identity in the workers of the Emergency Hospital José Casimiro Ulloa - Miraflores-2017. In order to find the result of the relationship, 236 people were interviewed from the José Casimiro Ulloa Emergency Hospital. Two questionnaires were used, one for the variable "Internal Communication" and the other for the variable "Corporate Identity", which had as alternatives from 1 to 5 with a Likert scale, the instrument was validated through an expert judgment. a coefficient of 0.94 (94%) Likewise, the reliability of the instrument was made using the Alfa Cronbach technique with a value of 0.976, which indicates a good reliability index. The criterion for the verification of the general hypothesis was carried out with statistical analysis of Pearson's Chi2 with a sample of 236 personal and administrative personnel from the José Casimiro Ulloa Emergency Hospital, in which the relationship of internal communication and corporate identity was identified in the workers of the Emergency Hospital "José Casimiro Ulloa", on observing that the value of  $\text{sig} = 0,000 \leq 0.05$ , with a value of 95% confidence and 0.05 error. It was obtained for the values of  $X^2c = 134,048$  and  $X^2t = 9.4877$  where the result is that there is a significant relationship in internal communication and corporate identity in the workers of the José Casimiro Ulloa Emergency Hospital. This investigation is Descriptive- Correlational, not experimental.

Key words: Internal communication - corporate identity - Workers - José Casimiro Emergency Hospital.

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA**

En la actualidad la atención de los servicios de salud que prestan las instituciones hospitalarias del sector público, se encuentra débil en muchos aspectos, puesto que el usuario o paciente espera recibir cada vez una atención oportuna o rápida, de calidad profesional, que los médicos y trabajadores le garanticen que los procedimientos médicos así como los procedimientos internos dentro de este, sean los correctos y consigan una atención adecuada que permita restablecer su salud, que es el objetivo o meta principal de estos establecimientos del Sector Salud público regentada por el Ministerio de Salud en el Perú.

La comunicación dentro de estas Instituciones que realizan los trabajadores, es de gran importancia para actuar en forma oportuna ante una necesidad de atención urgente o de emergencia.

Los trabajadores que componen estas instituciones es multidisciplinaria, es decir está compuesto por varias disciplinas de la profesión en salud, entre ellos esta principalmente los médicos con diferentes especialidades como son, cirujanos, ginecólogos, pediatras, neonatólogos, geriatras, traumatólogos, médicos internistas, patólogos, endocrinólogos, cardiólogos, reumatólogos, urólogos, dermatólogos, neurocirujanos, neurólogos, psiquiatras, hematólogos, etc.; cada una de estas dirigidas en especialización de una parte importante de nuestro sistema humano o por el tipo de daño a solucionar, y también por grupo etario o edad, como por ejemplo, los neonatólogos atienden a los recién nacidos con problemas de salud después del parto, los pediatras a los niños hasta los 14 años, y los geriatras a los adultos mayores de 60 años; los cardiólogos a problemas del corazón, los urólogos a problemas en el sistema urinario, los dermatólogos a problemas de la piel. Así también están los otros trabajadores asistenciales no médicos como son los enfermeros, obstetras, químicos farmacéuticos, nutricionistas, odontólogos, asistentes sociales, tecnólogos en diferentes especialidades, además dentro de ello tenemos también los técnicos en enfermería y auxiliares que también intervienen en la atención al paciente o usuario directamente, es por ello la denominación que se le da de trabajadores

asistenciales; por otro lado aparte de la atención asistencial o de asistencia directa al paciente, se encuentran los trabajadores administrativos, que indirectamente intervienen en todos los actos de la atención, hacen que funcione el flujo de la administración del sistema hospitalario, realizan las adquisiciones de los recursos que se necesita como son las contrataciones de médicos o demás personal que se necesita para atender la demanda de estos, adquisición de medicamentos y su dispensación, los alimentos, la seguridad, la limpieza e higiene hospitalaria, etc., y los gestores administrativos que permitan contar con los recursos financieros para dotar de todos los recursos humanos, de equipamiento médico e infraestructura necesaria.

Todas esta diversidad de profesionales que intervienen directamente en la atención de salud, necesitan comunicarse adecuadamente, para dar respuesta oportuna y de calidad de atención que es la misión del sector salud; por ejemplo si no se comunica adecuadamente el jefe del departamento de enfermería con el jefe médico del equipo de guardia en la cual se realizaría una comunicación horizontal tal como lo manifiesta Andrade (2005): “ La comunicación horizontal es la que se da entre las personas que están en el mismo nivel jerárquico, sea que se formen parte de la misma área o que pertenezcan a áreas distintas”. En la cual si no se comunican adecuadamente podrían no tener la cantidad suficiente de enfermeros asistentes, ocasionado que algún departamento o área quede desabastecido de personal, sino se hace un requerimiento formal y programado para la compra de insumos de medicamentos del jefe de farmacia al jefe de logística, ocasionaría que haya ausencia de algunos medicamentos esenciales, si en una atención de emergencia el personal administrativo no ha sido comunicado por su jefe inmediato de algún procedimiento abreviado podría ocasionar que se demore en la atención y por lo tanto ponga en grave riesgo la salud del usuario, si el jefe del departamento del área de hospitalización no se comunica o no tiene información real del responsable de enfermería de la cantidad de camas libres en el momento, podría ocasionar que no intervenga quirúrgicamente por cuanto no tendría disponibilidad de cama de recuperación, si en el departamento de laboratorio o ayuda diagnóstica el tecnólogo médico no informa a su jefe (comunicación formal ascendente) de la demanda real o uso de los reactivos para determinadas pruebas de laboratorio, este no podrá realizar el requerimiento necesario y por lo tanto ocasionaría que algún paciente tenga que esperar los resultados de laboratorio y demorar su

diagnóstico.

Así también dentro de la cultura de estos establecimientos de salud del sector público, existe en la comunicación interna de los trabajadores los rumores (comunicación Informal) que ante la ausencia de comunicación no oficial esta se difunde, la mayoría de estos son inofensivas especulaciones que mueren por sí mismas, pero algunas pueden amenazar o dañar la imagen interna y externa de estas instituciones, la identidad de esta y necesitan por lo tanto ser controladas y hacerle frente, evitando que siga descendiendo a lo largo del organigrama y finalmente controlar su causa, si se determina que estas causas pueden ser controladas, entonces hay menos posibilidades de que el rumor se desarrolle.

Esta investigación pretende indagar la relación de la comunicación interna en la identidad corporativa ya que el problema en las organizaciones está relacionadas a mala gestión de la comunicación interna que a su vez afecta a la identidad corporativa, y no se llega cumplir la misión, las metas y los objetivos.

El estudio se realizara en el Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa, es una entidad u organización del Estado, es una unidad ejecutora por cuanto sus recursos provienen de asignaciones presupuestales del gobierno central; se encuentra dentro del sector público de salud, dependiente orgánicamente y es regentado por el Ministerio de Salud, es un establecimiento hospitalario especializado en resolver problemas graves de salud, es por aquello lo de su denominación hospital de emergencias, no atiende consultas externas, ni otros problemas de salud calificado como urgencias y los pacientes concurrentes a este nosocomio es en grave estado de salud y compromiso de muerte; siendo por estas razones que la acción de los trabajadores multidisciplinario y su comunicación interna deben dar respuesta y atención se salud oportuna, debiendo cumplir con la visión del sector salud emanado por el pliego Ministerio de Salud . En la cual su propia misión como establecimiento hospitalario, y cumplimiento de sus metas u objetivos para el que fue creado, y ver su grado de asociación que permitiría fortalecer su identidad corporativa.

## **1.2 TRABAJOS PREVIOS:**

Roca, G (2012) realizó el estudio correlacional- descriptivo sobre la “La relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de la Facultad de Ciencias de Educación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga”. La muestra estuvo conformada por estudiantes y docentes de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, en la que tuvo como conclusión que existe una relación significativa entre la comunicación interna y la cultura organizacional. Además, un porcentaje mayor de docentes percibió un clima organizacional negativo. Por lo que más de la mitad de los docentes calificó a la cultura corporativa como desfavorable y a la comunicación interna como desfavorable en la universidad de Huamanga.

Bendezú (2016): En su investigación “La comunicación interna y su incidencia en el fortalecimiento de la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de la Perla, Callao”, tuvo como objetivo establecer la relación entre la comunicación interna y la identidad corporativa. Debido al enfoque cuantitativo se tuvo como instrumentos la recolección de datos de resultados estadísticos que sirvieron para los resultados de las hipótesis planteadas las cuales fueron utilizadas para esa investigación, se obtuvo como conclusión que debido a esa investigación se logró obtener una correlación positiva y bastante significativa entre ambas variables dentro de esta institución.

Castañeda (2014): En su investigación “Influencia de la comunicación interna en la identidad corporativa de los públicos internos de la empresa de telecomunicaciones Cable Visión Perú”, tuvo como objetivo determinar la influencia de la comunicación interna en la identidad corporativa en el público interna en la empresa de telecomunicaciones, la investigación es correlacional en la cual tuvo como muestra 104 personas distribuida en 11 áreas se aplicó el análisis estadístico de Chi<sup>2</sup> de Pearson obtenido un resultado que la comunicación interna influye significativamente en la identidad corporativa de los públicos internos de la empresa de telecomunicaciones “ Cable Visión Perú”.

Segun Velazquez (2012) en su investigación "MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA NORTH AMERICAN INTERNATIONAL, C.A.UBICADA EN EL MUNICIPIO SAN DIEGO, ESTADO CARABOBO" nos menciona que el objetivo que esta empresa North American International es importar y distribuir en el sector automotriz e industrial productor y servicios de alta calidad , su objetivo de esta investigación fue lograr que la empresa deba contar con herramientas comunicacionales para que fortalezcan la identidad e imagen de la empresa, por lo tanto se debe implantar un manual corporativo que les beneficie y de seguridad que se aplicarán correctamente los elementos de Identidad Corporativa e Imagen Corporativa, para que la empresa genere la confianza de su público con el servicio que ofrece.Tiene un diseño deductivo por lo que se tomo como referencia de estudios a los miembros sea trabajadores y expertos de la empresa North American International.

### **1.3. TEORIAS RELACIONADAS AL TEMA :**

Teoría de los Sistemas

Esta teoría surgió en el año 1950 a diferencia de las escuela clásica y humanista que demuestra la importancia del funcionamiento organizacional , por lo que tienen una orientación interna sin tomar en cuenta algunos elementos del entorno que pueda afectar el desempeño y resultados de la organización tal como lo manifiesta Fernández (2014): " Las escuelas de sistemas y la contingente consideran relevantes para la comprensión organizacional aspectos como la apertura al medio y la influencia del contexto".(p.28).

La Teoría de los Sistemas propone que las organizaciones logren un aspecto armónico y dinámico para que empiecen a considerarse como sistemas abiertos a las múltiples influencias del medio ambiente, a la vez se identificaron algunas fuerzas que impactan desde fuera de las organizaciones así como las partes del subsistemas más relevantes de la organización . Tal como lo manifiesta Huse y Bodowich (1980): "Una serie de partes de partes independientes que se relacionan entre sí , de modo que la interacción o efecto reciproco de cualquiera de los subsistemas afecta al todo".

Esta teoría demostró que la comunicación organizacional en una institución tiene que ser un sistema abierto son dinámicos y están en continuos cambios tal como lo manifiesta Goldhaber(1984): “ Los conceptos clave necesarios para comprender a la organización como sistema social abierto son: entradas, información , salidas , retroalimentación , equilibrio e interdependencia” (p.53). Por lo que los miembros de las organizaciones la forma que se comunican deben ser claras y precisas en el momento de transmitir como en el momento de responder, es por ello la organización tiene que estar pendiente y cuidar la información recibida del entorno, ya que mediante la información de los trabajadores transmitan tanto en una comunicación formal o informal al entorno demostrarán a la vez lo que han cumplido como organización. Así lo afirma Fernández (2014): “ Una empresa comunica al medio no solo a través de escritos o declaraciones , sino a través de resultados , logros , calidad del producto, etcétera.”

La comunicación interna es un instrumento importante para la existencia y éxito de una organización es la interacción de un trabajador a otro, en este sentido la comunicación interna de los trabajadores administrativos del Hospital de emergencias “José Casimiro Ulloa” facilita una relación con la empresa entendiendo el concepto de comunicación interna que menciona Andrade (2010):

Comunicación Organizacional Interna es un eje fundamental de las empresas y tiene como principal objetivo contribuir al logro de los resultados organizacionales, fortalece la identificación de los colaboradores con la empresa, proporcionándoles información relevante, suficiente y oportuna, reforzando su integración, y generando en ellos una imagen favorable de la organización [...]. (p.87).

Se entiende que la comunicación interna es primordial para el éxito de una empresa, lo cual la forma de comunicarse entre los trabajadores de la institución es de la mejor relación comunicativa entonces la organización se mantendrá en vigencia y así crear una identidad propia y favorable de la organización. Según CHIANG (2012): “el objetivo de la comunicación interna de las empresas es permitir el alineamiento del esfuerzo de todos sus integrantes. La comunicación interna en la empresa constituye uno de los elementos centrales para articular las relaciones entre los diferentes departamentos de la organización empresarial” (p 87).



De alguna manera la comunicación interna tiene como meta alinear a sus integrantes mediante su esfuerzo y la forma de elementos que construyen a la comunicación interna para la buena relación comunicativa entre los trabajadores de diferentes jefaturas o departamentos de una organización. (CHIANG, 2012, p.87).

Los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa con una comunicación interna adecuada podrá cumplir con sus objetivos y metas que tienen propuesta la organización, por lo que la comunicación interna contribuye al cumplimiento de sus objetivos en las organizaciones, esta comunicación es un conjunto de actividades e interacciones de los miembros de la organización que mediante la creación y mantenimientos de las buenas relaciones entre los mismo miembros lograrán obtener lo que la organización quiere llegar y a un mejoramiento de trabajo en equipo , una empresa debe cumplir con los objetivos propuestos y así seguir existiendo , tal como la manifiesta Fernández (2014) :

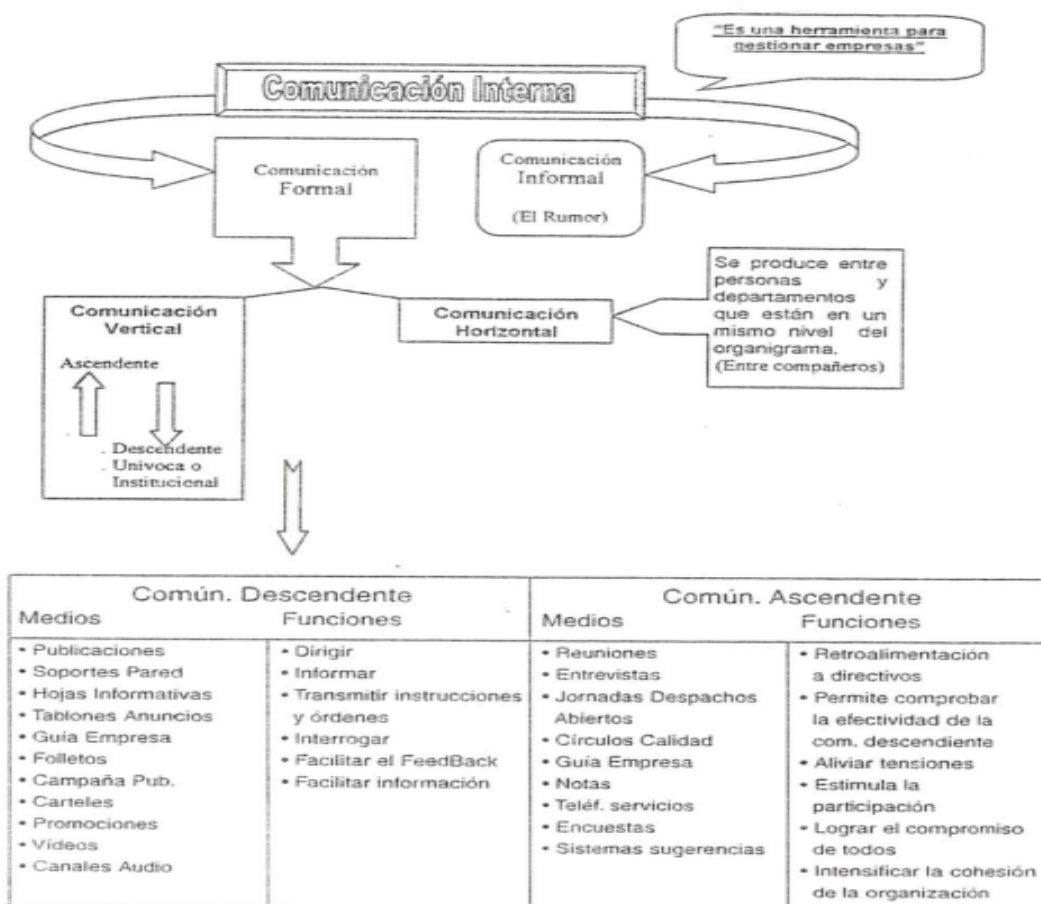
“Comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales”. (p.12).

Antonio Lacasa afirma que “la comunicación interna se basa en el estudio de los flujos comunicacionales internos de una empresa. Su conocimiento permite comprender la estructura organizativa de la empresa y adecuar las herramientas e instrumentos necesarios propiciados por la direccionalidad. Podemos distinguir tres tipos de comunicación interna: la horizontal, la transversal y la vertical, esta última, a su vez, puede ser descendente o ascendente” (p.99).

La comunicación interna tiene elementos fundamentales para el cumplimiento de estrategia corporativa, alcanzar las metas de la organización a base de su direccionalidad en la que nos comunicamos, están incluido que medios nos comunicamos para cumplir con los objetivos de la organización sea corto o largo plazo. (Lacasa, 1999, p.99).

La comunicación interna según sus canales de comunicación tenemos a la comunicación formal y la comunicación informal que cumplen sus funciones que contribuyen a conformar el carácter real de las organizaciones, tal como nos

manifiesta el esquema de Francisca Morales:



(Fuente: Francisca Morales, 2000).

La Comunicación formal está dentro de los canales de la comunicación, este tipo o forma de comunicación que transmite la información explícitamente como oficiales en la organización, que aborda temas laborales, es una comunicación por jerarquías tal como lo manifiesta Morales, F. (2000):

“La comunicación formal transmite mensajes reconocidos, de forma explícita, como oficiales por la organización y está perfectamente definida, incluso dibujada, ya que sigue las líneas del organigrama [...]. La estructura planificada que se establece para el buen funcionamiento de la organización presenta canales de comunicación formal [...]. (p.226).

El hospital de emergencias José Casimiro Ulloa como entidad pública debe fomentar y fortalecer la comunicación formal por lo que es una comunicación con

dirección, es decir jerárquicamente según Gonzales, M. (2009): “La comunicación formal es una forma de comunicación que aborda temas laborales principalmente. Es planificada, sistematizada y lineada por la organización, por lo general utiliza la escritura como medio de expresión y canales oficialmente instituidos. Suele ser más lenta que la informal ya que requiere de cumplimiento de las normas y tiempos institucionales”. (Gonzales, M.2009.p.34).

La comunicación formal está compuesta por temas laborales en la organización, por lo que está proyectada y estructurada, se utiliza generalmente la escritura como forma de expresión y canales oficialmente establecidos, es más lenta que la comunicación informal por lo que se solicita el cumplimiento de las normas y tiempos institucionales. (Gonzales, M.2009.p.34).

Dentro de la organización siempre se encuentran niveles estructurados en los que se pueden encontrar distintos cargos y distintas maneras de comunicar un mensaje dentro de un mismo organismo, la comunicación vertical y horizontal depende de dicha estructura. De acuerdo con Andrade (2005):

“La comunicación vertical es la que se da entre los diferentes niveles jerárquicos de la organización; es ascendente cuando la información sube de un nivel inferior a otro superior, y descendente cuando viaja en el sentido opuesto”. (p.18)

La comunicación vertical es un tipo de comunicación formal tradicionalmente utilizado, por lo que transmite información en la organización, es aquella que se establece a nivel jerárquico, se divide en dos formas de comunicarse en la organización comunicada desde la alta dirección y desciende de formar vertical hacia los niveles inferiores.

Se considera como una herramienta esencial para la gestión por lo que es muy importante para dirigir correctamente el desarrollo de tareas de la organización, este tipo de comunicación se divide en dos: comunicación descendente y la comunicación ascendente.

Comunicación Descendente esta comunicación va desde la alta dirección hasta los niveles inferiores de la organización, es un sistema de comunicación formal por lo trasmite órdenes que se basan para las actividades de la organización y cumplir los objetivos propuestos que se deben conseguir por todos y cada miembro de la organización tal como lo manifiesta kreps (1990):

La comunicación descendente fluye de la alta dirección hacia los niveles inferiores en la jerarquía de la organización [...]. La comunicación descendente es una herramienta de dirección extremadamente importante, para dirigir el desempeño de los trabajadores al cumplir con sus tareas de organización. (p.227).

Esta comunicación es importante para establecer las tareas y funciones de cada trabajador del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa, por lo que cada miembro debe aportar las tareas designada desde la alta dirección para el beneficio de la organización y así cumplir con los objetivos propuestos de manera descendente desde jefe a subordinado.

Según Pérez, H. *et al.* (2015): “Este tipo de comunicación puede desarrollarse tanto en forma oral como escrita. La forma oral es más rápida y ágil, pero plantea el problema de su escasa fiabilidad y tendencia a la distorsión, por lo que puede dar lugar a malentendidos. En cambio, si se realiza de forma escrita quedará constancia de lo dicho a través de reglamentos de trabajo, informes, folletos, circulares, etc., y así se podrá evitar posibles distorsiones. [Pérez, H.*et al*, 2015, p.51]

La comunicación descendente se puede dar de dos formas en forma oral y en forma escrita, por lo que en la forma oral es más fácil para poder comunicarse entre miembros desde la alta dirección hasta el nivel más inferior, pero puede crear distorsiones, ya que un empleado no puede captar de manera rápida lo propuesto por su jefe y así se genere una distorsión en la comunicación, en cambio sí genera de forma escrita se podrá disminuir esas posibles distorsiones en la comunicación descendente. [Pérez, H.*et al*, 2015, p.51].

Los Medios de Comunicación descendente según Morales, F. (2000):

- Publicaciones
- Soportes Pared
- Hojas Informativas
- Tablones de anuncios
- La guía práctica de la empresa
- Folletos
- Campañas publicitarias
- Carteles
- Promociones

- Videos
- Canales Audio

En la Comunicación vertical también está conformado por la comunicación Ascendente que surge de la comunicación desde hacia arriba de los niveles más bajos de la entidad puesto que su recorrido es el opuesto de la comunicación descendente, es la comunicación desde los colaboradores a la alta dirección esta forma de comunicarse recorre diferentes caminos, por lo que se realiza en función de cómo estén organizados los canales formales de comunicación, tal como lo manifiesta kreps (1990):

“La comunicación Ascendente fluye de los empleados de niveles inferiores hacia el personal de nivel más alto. La comunicación ascendente sirve a varias funciones importantes en la vida de la organización”. (p.227)

En el caso del hospital de emergencias José Casimiro Ulloa , la comunicación será de los empleados hacia al director general , esta comunicación estimula a la participación laboral , ya que los empleados pueden dar su opinión respecto a un tema que compete a la organización , el director recibe la información que le dan sus trabajadores para así mejorar algunos aspectos que no está bien en la organización como también a reforzar aquellos aspectos para alcanzar los objetivos de la organización tal como lo manifiesta Pérez, H. *et al.*(2015):

La posibilidad de comunicarse con los superiores estimula a la participación, mejora el ambiente laboral, la confianza en la dirección, el sentimiento de pertenencia a la empresa y, por tanto, la motivación para el trabajo (. p.51)

Asimismo, la comunicación escrita cumple la función de ser más formal que la comunicación oral, por lo que está compuesta por cartas, informes, circulares, memorándum, etc. Este medio facilita a una respuesta formal de la comunicación interna en las organizaciones es decir trasmite información a las diferentes oficinas y departamentos de la entidad en cuanto haya una duda, pedido, avisos, reclamo o contratos para que así se dé respuesta de manera formal en la organización. Tal como lo manifiesta Pérez, H. *et al.* (2015):

“[...] la comunicación escrita es el tipo de comunicación por excelencia en este ámbito, ya que permite dejar constancia del tema reflejado por escrito, además de

ser el método obligatorio, legalmente para determinadas cuestiones.” (p.134).

Los Medios de Comunicación Ascendente según Morales, F. (2000):

- Reuniones periódicas
- Entrevistas
- Jornadas
- Círculos de Calidad
- Guía de empresa
- Notas
- Teléfonos de Servicio
- Encuestas
- Sistemas de Sugerencia

Las comunicaciones que también se toma en cuenta tanto para la comunicación descendente y ascendente es la comunicación oral y escrita donde la comunicación oral se da por lo miembros de la organización en el nivel superior y nivel inferior de la organización para la coordinación sobre lo que la empresa u organización llegando ser una forma de comunicación fácil y accesible para los integrantes de la organización tal como lo manifiesta Bonome (2009):

“La comunicación oral entendida como aquella que se da entre los individuos y sus superiores inmediatos o subordinados y que tendrán establecidos unos límites en cuantos a una facilidad o accesibilidad de quienes están en niveles más altos en relación a los que están niveles inferiores. [...]”. (p.38).

Por otro lado, tenemos la comunicación horizontal es en donde no existe una autoridad y es utilizado muchas veces para agilizar la organización, donde no haya jerarquías, se facilita muchas veces el intercambio de pensamientos, algunos conocimientos e ideas entre las diferentes áreas. La definición de Andrade (2005) es la siguiente:

“La comunicación horizontal es la que se da entre las personas que están en el mismo nivel jerárquico, sea que se formen parte de la misma área o que pertenezcan a áreas distintas”. (p.18)

Según la definición de Andrade entonces, es una comunicación en donde no existen límites jerárquicos debido al mismo grado de cargos en cada uno de los

trabajadores lo que facilita la elaboración de estrategias organizacionales.

La comunicación horizontal resulta de gran importancia cuando se requiere de una coordinación entre empleados para desarrollar un trabajo común para el funcionamiento de su organización y fomenta el espíritu colaborador y trata de evitar la competencia entre los mismos miembros tal como lo manifiesta Pérez, H. *et al.* (2015):

“Resulta de gran importancia cuando se necesita la coordinación entre los empleados para desarrollar un trabajo común y es imprescindible para el funcionamiento de la empresa. A su vez resulta muy útil para fomentar el espíritu de colaboración entre los trabajadores y evitar la posible competencia que pudiera haber entre ellos”. [Pérez, H. *et al.*, 2015, p.52].

En el Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa es importante desarrollar la comunicación horizontal puesto que esta comunicación tiene como principal objetivo cumplir con la coordinación entre las misma oficinas o departamentos de la organización mediante la armonización de las acciones de la entidad y disminuir lagunas o las duplicidades que pueden aparecer en el que hacer de cada oficina o departamento tal como lo manifiesta Puchol, L. (2007):

La comunicación horizontal es aquella que tiene como objetivo la coordinación interdepartamental, la armonización de las acciones de los distintos departamentos y secciones de la empresa y para asegurar que no exista lagunas, solapes o duplicidades en el quehacer de los departamentos. (p.368).

Para que la comunicación horizontal sea eficaz en el hospital de emergencias José Casimiro Ulloa es factible realizar reuniones entre departamentos u oficinas para una buena comunicación y a la vez poder cumplir las tareas que disponen para el mejoramiento de la organización, las reuniones facilitan a la coordinación de trabajo de los personales y así poder evitar dudas para la organización de funciones de cada trabajador y fortalecer la comunicación para cumplir lo que institución quiere llegar (metas) tal como lo manifiesta Dasi, F. y Martínez.(2000):

“Hay muchos factores que facilitan la comunicación horizontal. Uno de

ellos es el estilo de mando dentro de la empresa, si es participativo, habrá más información lateral al fomentarse reuniones frecuentes entre departamentos, otro factor es el conocimiento de las personas que puedan tener en distintas actividades de la empresa, comprendiendo mejor las variadas problemáticas originadas entre ellas [...]”. (p.69).

La comunicación informal contribuye a la eficacia de las organizaciones para alcanzar los objetivos que se propone conjuntamente el equipo de trabajo, esta comunicación se genera de una forma espontánea, ya que las máximas autoridades de la organización no las controla y pocas veces ejercen influencia sobre ellas, es decir que la comunicación informal siempre aparecerá en una organización generando cierta importancia en las organizaciones tal como la manifiesta kreps (1990):

El flujo de mensajes informales se refiere a la comunicación que se desarrolla entre los miembros de la organización y no esta necesariamente prescrita por la estructura y jerarquía formales de la organización, sino que crece a partir de la curiosidad de sus miembros, la atracción interpersonal y la interacción social. (p.233).

La comunicación informal surge cuando las comunicaciones formales no son eficientes para los miembros de la organización es en ese momento que aparece el rumor que es una de las principales formas de la comunicación informal, esta comunicación siempre está presente y tiene una cierta importancia en las organizaciones tal como lo manifiesta Morales, F. (2001):

La principal forma de comunicación informal es el rumor; este aparece cuando los canales de comunicación formal no proporcionan la suficiente información a los miembros de la organización sobre la vida y el funcionamiento de la misma y recurren a otras fuentes para obtenerlas [...]. [Morales, F.2001, p.227].

Los rumores generan distorsiones entre el mensaje que se quiere dar internamente y lo que se puede obtener como información no oficial causando que una organización que no está totalmente estructurada tenga problemas con la transmisión de mensajes a empleados y por el mismo motivo poder causar incomodidad y no se llega sentir identificado con su empresa por lo tanto la



comunicación no será eficaz en la institución tal como lo menciona Pimienta (2009):

A través de estudios de consultoría en diversos tipos de instituciones, se ha detectado que frente a una buena comunicación interna los empleados realizan con mayor eficacia sus tareas, se alinea toda la organización, se agilizan los procesos internos y se crean sentimientos de pertenencia y motivación. Opuestamente, en organizaciones con debilidades en el tema experimentan falta de integración entre sectores y por lo tanto entre el personal, escasa delegación de responsabilidades falta de espacios comunes de reflexión, burocratización en la realización de procesos operativos, individualismo, desmotivación, rumores, informaciones importantes que llegan tardíamente a los destinatarios correspondientes, desconocimiento acerca de la marcha de la organización. (p.8).

Para Del Pozo, M. (2015):

Podemos Trasmistir el concepto de rumor como la trasmisión de información por canales no oficiales de la empresa. Es el resultado natural propio de toda interacción humana, por lo tanto, no debemos alarmarnos cada vez que detectamos el desarrollo y transmisión de un rumor a lo largo del organigrama de empresa, ya que es fruto de la relación social y humana, de la interacción y comunicación que se produce en todo ámbito empresarial. (p.32).

El rumor es una información que es generada por canales no oficiales, es una reacción natural de toda interacción humana, por lo tanto, no debemos alarmarnos cuando en una organización existan rumores, puesto que en todas las organizaciones siempre existirán esta forma de comunicación que se produce a partir de insuficiente información que se les brindan a los trabajadores y por la falta de comunicación formal. [Del Pozo, M.2015, p.32].

La segunda variable que se estudiara en esta investigación es la identidad corporativa del hospital de emergencias José Casimiro Ulloa. La identidad corporativa es la personalidad de la organización son aquellos atributos que forman los mismos miembros de la organización, para ser diferentes a las demás entidades, es el ser de la empresa, son los objetivos, valores, misión, visión y conducta de las organizaciones, generando identificación a la entidad y a la misma

vez generando una identificación a los miembros de la organización tal como lo manifiesta Capriotti (2013):

La identidad Corporativa entendemos a la personalidad de la organización. Esta personalidad es la conjunción de su historia, de su ética y de su filosofía de trabajo, pero también está conformada por los comportamientos cotidianos y las normas establecidas por la dirección. La identidad corporativa sería el conjunto de características, valores y creencias con las que la organización se auto identifica y se auto diferencia de las otras organizaciones (p.140)

La identidad corporativa es la personalidad de la organización, en la cual la diferencia de otras por la forma como muestran su cultura corporativa y su filosofía, que son el ser de la organización, por lo que los miembros de una organización conforman.

Según Apolo , Murillo. y García (2014) : “La identidad de una empresa, corporación , asociación o agrupación no es otra cosa que la razón del ser de la institución , sus rasgos o principios fundamentales diferenciadores que los lleva interactuar con los públicos internos y externos, mediante cualquier acto de comunicación corporativa”. (p.29).

La identidad corporativa es la personalidad de la institución es que es lo que le hace diferente a los demás, es el ser la organización la existencia, los valores, los comportamientos, los cumplimientos de las estrategias corporativa y la identificación del público tanto interno como externo con la organización. (Apolo, Murillo. y García, 2016, p.29).

La identidad corporativa es como el ADN de la institución ya que si no existe una identidad entonces no existirá una organización, aquí implican elementos fundamentales uno de ellos para que la identidad corporativa esté presente en una organización es la identificación de los trabajadores con su organización.

La identidad está vinculada a la filosofía corporativa, ya que el ser de las instituciones es la misión y visión o mejor dicho las metas que quiere llegar la organización mediante sus miembros o personal de la institución por lo que va de la mano con la proyección misma de la entidad, ya que pretende cumplir la visión propuesta que lo identifica como organización tal como lo manifiesta Del solar, F. (2001):

“La identidad corporativa va de la mano con la proyección de la empresa, de la visión que pretende alcanzar la corporación, a donde quiere llegar y eso es lo que se debe comunicarse a los trabajadores, mediante una cultura organizacional”. (p.27).

Los trabajadores del Hospital de Emergencias son los que hacen que exista la identidad de la organización ya que de ellos depende el cumplimiento de la filosofía corporativa y la cultura corporativa de la organización así mismo mediante una identidad visual sentirse identificados con su organización y diferenciarse de otras organizaciones.

Es por ello que la Filosofía corporativa es una concepción global para alcanzar los objetivos de la organización , cada objetivo tendrá la estrategia definida para alcanzar lo adquirido en la organización , en la cual dependerá de la forma de como el líder organiza las acciones en distintas áreas de la institución según Capriotti(2013) :”La filosofía corporativa normalmente viene definida por el fundador de la empresa , ya sea porque esa persona establece como se deben hacer las cosas de la organización”(p.141)

Los objetivos son las metas que la institución plantea para el mejoramiento de la empresa y así también seguir existiendo en base al cumplimiento de las metas propuesta por la organización como lo manifiesta Meza (2016):

Los objetivos o metas deben ser medibles y alcanzables. Un Objetivo puede ser cumplido a través de distintas metas y diferentes plazos. Si la visión plantea una imagen ideal a seguir y la misión establece un gran sueño por alcanzar, entonces los objetivos deben establecer las metas concretas que permitan a la organización ir alcanzando las posiciones que lleven al logro de la misión y de la visión. (p.30).

Según García (1994): La filosofía corporativa constituye el hilo conductor a largo plazo de la institución y es la que integra a largo y corto plazo la institución, estableciendo un marco de referencia para la estrategia de adaptación de la empresa. Es el instrumento que integra el entorno con la empresa, y logra la integración dentro de las mismas entre las distintas funciones y áreas de negocios. (p.207).

La filosofía corporativa es importante en las organizaciones por lo proyecta a largo

plazo lo que quiere llegar la organización con la finalidad de constituir un marco de referencia para la estrategia de conformación de la empresa y cumplir con la integración... (García, 1994, p.207).

El hospital de emergencias José Casimiro Ulloa teniendo una filosofía de forma clara y sencilla cumplirá su misión y visión propuesta por la organización donde formarán parte de ese objetivo todos los miembros de la organización tal como lo manifiesta capriotti (2013):

“Una filosofía se tiene que comunicar de forma fácil, clara y unívoca, ya que de esa manera todos los miembros de la compañía podrán reconocerla, interiorizarla y trasmitirla. Por esta razón, se recomienda que las filosofías corporativas sean redactadas por escrito, ya que ayuda de forma importante a la claridad, facilidad y unicidad del mensaje comunicado en ella [...]”. (p.146).

Toda organización tiene una misión por lo describe lo que es y lo que hace la compañía mediante todos los miembros de una organización, desde la alta dirección hasta el nivel más inferior de todos los personales, ya que se muestra lo que son y lo que está haciendo como organización para el beneficio del público, la misión es construida por el público interno para reflejar el ser de la organización según afirma Capriotti (2013):

La misión de la organización es la definición del negocio de la organización. Establece que es y que hace la compañía. [...]. La definición de misión vendrá establecida por los beneficios o soluciones que brindamos a los diferentes públicos con los que la organización se relaciona. (p.142).

La visión de las organizaciones es que lo que quiere llegar la organización, ya que es un objetivo a largo plazo, es como se le domina el objetivo final de la organización, la razón de que existe y que se cumple mediante sus mismos miembros hacer cumplir lo que la empresa quiere llegar tal como lo manifiesta capriotti (2013):

“La visión Corporativa, la organización señala a dónde quiere llegar. Es la perspectiva de futuro compañía, el objetivo final de la entidad, que moviliza

los esfuerzos e ilusiones de los miembros para intentar llegar a ella [...] “La visión Corporativa debe ser un estímulo y una dirección a seguir para el personal de la organización. [...]”. (p.143).

La cultura corporativa son los valores, comportamientos, historia, creencias de una organización, aquí los miembros de la organización conforman una cultura, mediante las actitudes y valores que muestran en su institución que pueden favorecer o dificultar en la identidad corporativa que según Capriotti (2009):

“Podemos definir la Cultura Corporativa como el conjunto de creencias, valores y pautas de conducta, compartidas y no escritas, por las que se rigen los miembros de una organización, y que se reflejan en sus comportamientos. Es decir, la cultura de una organización es el conjunto de códigos compartidos por todos –o la gran mayoría– los miembros de una entidad “. (p.24)

La cultura corporativa es la formación de la organización, por lo que expresa presunciones y valores que son compartidas por la mayoría de su público interno que tendría como resultado si siente identificados con la empresa por lo valores, mensajes y otros elementos que transmiten la cultura corporativa a la percepción del público (Capriotti, 2009, p.24).

La cultura corporativa es una herramienta fundamental para el crecimiento de una organización y a la refleja la identificación del trabajador con la organización, por medio de los valores que son los principios de cada persona que pertenece a la organización que mediante de estos valores si son favorables llevara el éxito de la organización tal como nos manifiesta Boza (2011): “Los valores representan las convicciones de los empleados encargados de dirigir la entidad hacia el éxito. Asimismo, son el conjunto de creencias y reglas de conducta personal que regulan la vida de una organización. Con los valores se define la personalidad de la institución”. (p.86).

Las conductas que reflejen los trabajadores también será un pieza fundamental para el crecimiento de la identidad corporativa, como toda empresa siempre existirá conflictos pero cada miembro refleja que manera actúa frente a ello , también la actitud de cómo trabajan para fortalecer a la personalidad de la organización tal como lo manifiesta Según Sánchez, J & Pintado .T (2009): “ Cultura Corporativa , que está formada por los comportamientos o formas de hacer las cosas , los valores

compartidos en la empresa , así como las convicciones existentes. La cultura, por tanto, puede hacer referencia tanto al presente como el pasado (p.22)

La identidad Visual es la representación de la empresa por medio de diseños o elementos que se diferencien de otras organizaciones como los uniformes, la decoración de la organización, el logos son aquellos símbolos que los hacen un estilo único , es un componente de la identidad corporativa ya que es como la organización se muestran al público externo , en este caso si investigamos en un institución pública se podría referir muy aparte del diseño la forma de una percepción favorables o desfavorable por medio de los elementos de la identidad visual , como los uniformes , se muestran dispuestos ayudar al público externos es conjunto de simbolismo que es logo, la ambientación de las oficinas o departamentos ( sobre todo la limpieza) de esta manera se lograría la identificación de la empresa de los mismo trabajadores hacia la institución y del publico externo en la institución por medio de los mismo trabajadores basados en el trabajo en equipo en las opiniones y que es lo que los integrantes de la institución quieren mostrar al público interno tal como la manifiesta Sánchez. Y Pintando, T. (2009):

La identidad visual se considera como la traducción simbólica de la identidad corporativa de una organización (...) sirve para identificar y para diferenciarse de otras identidades por medios de unas normas de diseño visual (...). Se considera identidad visual como la forma de “conseguir una unidad de comunicación en todos y cada uno de los elementos o partes en que una empresa puede fraccionarse, llegando así a cumplir dos condiciones básicas: alcanzar un nivel de representatividad optima de la empresa y minimizar el coste de implantación. (...). (p.174).

La construcción de la identidad visual para forma una identidad corporativa tiene que ver mucho con los logotipos, el uniforme, la decoración, los servicios que muestre el ser la de la organización y a la vez los trabajadores se sientan identificados, en la cual podríamos denominarlos como símbolos que representan nuestra organización. según Montedeoca (2014): “El simbolismo hace referencia a todos los elementos visuales que representan la naturaleza de la empresa. Entre todos los elementos, el logo o logotipo es más que el diseño de una palabra o

imagen su carácter único aporta distinción a la empresa facilitando su identificación entre todos las demás. [...]” (Montedeoca, 2014, párr.4).

La identidad visual está compuesta por elementos identificadores como el logotipo, el uniforme, arquitectura corporativa, colores corporativos para la identificación visual de la organización, tal como lo manifiesta Estanyol, E., Garcia, E. y Lalueza, F. (2016):

“Cuando Aludimos únicamente de las manifestaciones visuales de la organización (logos, símbolos, colores, arquitectura de sus instalaciones, uniformes, vestuarios de su personal, señaléticas, etc.). Identidad visual es la expresión específica que debemos emplear. [...]. La identidad visual es una parte de la identidad corporativa y tiene una incidencia destacada en la imagen corporativa, que no ser la creación mental de los públicos”. (párr.2).

El logotipo es un símbolo que nos no identifican visualmente ya que son diseños únicos para ser representados por los públicos y que pertenecemos a la organización. Es por ello que Villafañe (2008) nos menciona que:

“El logotipo es un diseño tipográfico que constituye la denominación corporativa y en algunos casos, la marca [...]. Los colores corporativos son los colores que el programa permite utilizar en la identidad visual [...]. La tipografía corporativa es la familia tipográfica que el programa prescribe como normativa [...]”. (p.69)

Un componente más en la identidad visual son los colores corporativos que componen un símbolo o logotipo, son los colores que se utilizan y hacen referencia a una organización para que se pueda reproducir fielmente se podrá cambiar las formas de representar a una compañía, pero los colores ya quedan permanentes en la identificación de la organización tal como lo manifiesta Pérez, H. *et al.* (2015):

“Se especifican los colores que componen el símbolo, el logotipo o ambos. Los colores se acompañan en una referencia estándar para que se pueda reproducir fielmente”. (p.24).

Por otro lado, Lucio (2005) manifiesta: “La arquitectura corporativa lo constituye los edificios, oficinas, etc., de la compañía, es decir, el lugar físico donde los empleados desarrollan su trabajo y donde la empresa se relaciona con sus clientes, proveedores y público en general”. (párr.1).

La arquitectura corporativa son las infraestructuras de la organización, son como está compuesta físicamente las oficinas, los consultorios, la sala de espera, el comedor entre otros que está compuesta el hospital de emergencias José Casimiro Ulloa para la identificación y diferenciación de otras organizaciones y a la vez estas infraestructuras o arquitectura corporativa debe propiciar seguridad al personal. (Lucio, 2005, párr.1).

#### **1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

##### **PROBLEMA GENERAL:**

¿Qué relación existe entre la comunicación interna y la Identidad Corporativa en los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa - Miraflores- 2017?

##### **PROBLEMAS ESPECIFICOS:**

¿Qué relación existe entre la comunicación interna y la filosofía corporativa en los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa - Miraflores- 2017?

¿Qué relación existe entre la comunicación interna y la cultura corporativa en los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa - Miraflores- 2017?

¿Qué relación existe entre la comunicación interna y la identidad visual en los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa - Miraflores- 2017?

#### **1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO**

La presente Investigación tiene relevancia social, por cuanto esta dirigida a conocer la relación y el grado de asociación de la comunicación interna y la identidad corporativa de un Hospital público, y con ello a mejorar la atención en salud de la población a través del fortalecimiento de esta última variable, resultando beneficiario el público o paciente que acude a este hospital en estado de emergencia.



Los resultados de esta investigación tiene implicancias practicas por que ayuda a resolver el problema de la atencion hospitalaria, atraves de una comunicacion interna de los trabajadores efectiva, asi tambien de utilidad para los gestores de esta entidad tome conocimiento y desarrolle un plan de comunicacion interna atraves de su area de comunicaciones.

Los resultados de esta investigación podria ser aplicados a principios mas amplios de la ciencia de la comunicacion, por que refuerza los elementos mencionados.

Se realizo esta investigación porque es pertinente en estos tiempos , por lo que actualmente el sector salud en nuestro pais esta haciendo criticado referente a su atencion, es por ello que las entidades deben saber la gran importancia que tiene la comunicación interna en su organización que segun Fernandez,C(2014) : “ Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización para la creacion y mantenimiento de las buenas relaciones con y entre sus miembros, a traves del uso de diferentes medios de comunicacion que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con logro de los objetivos de la organización” [Fernandez,C.2014.p.12] y la identidad corporativa y cuál es la relación entre ellas ,para que cada organización quiera cumplir sus objetivos y siga existiendo en el mercado , en este caso me enfocare de una organización publica que los trabajadores sepan que estas variables son una herramienta importante para el éxito de una organización y así sea más fácil cumplir las objetivos , metas , misión y visión según la forma de cómo comunicarse entre el líder y los trabajadores y también entre los trabajadores mismo , porque cada persona tiene una cultura diferente ya que algunas son de reservarse información o no se sienten identificados por los forma que hacen cumplir sus objetivos por ello se quiere averiguar la relación de la comunicación interna en la identidad corporativa. Por lo que los gestores de cada organización tomen conciencia de la empresa que manejan y de los personales con quienes trabaja día a día para obtener una buena percepción entre ellos mismo y así cumplir las metas de la organización como un equipo que son es por ello que se necesita indagar la relación de la comunicación interna en la identidad corporativa para mejorar la empresa y sea más factible al líder trabajar mano a mano con su personal y así llegar al éxito de la organización que están a cargo ya que una empresa debe obtener actitudes y formas positivas

de una buena comunicación, orientándose hacia un futuro mejor con miras al éxito para una buena percepción tanto internos como externo .

Es así que se realizó el estudio con los trabajadores del Hospital de emergencias “José Casimiro Ulloa” para conocer la relación de la comunicación interna y identidad corporativa para la mejora de la atención de los servicios de salud de la población asignada, mediante el fortalecimiento de su Identidad.

## **1.6 HIPOTESIS**

### **HIPOTESIS GENERAL:**

La comunicación interna se relaciona significativamente con la identidad corporativa en los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores-2017

### **HIPOTESIS ESPECÍFICAS:**

La comunicación interna se relaciona significativamente con la Filosofía corporativa en los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores-2017

La comunicación interna se relaciona significativamente con la Cultura corporativa en los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores-2017

La comunicación interna se relaciona significativamente con la identidad visual en los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores-2017

## **1.7 OBJETIVOS**

### **OBJETIVOS GENERALES**

Determinar la relación que existe entre la comunicación interna y la identidad corporativa en los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa- Miraflores-2017

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

Determinar la relación que existe entre la comunicación interna y la Filosofía corporativa en los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores-2017

Determinar la relación que existe entre la comunicación interna y la cultura corporativa en los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores-2017

Determinar la relación que existe de la comunicación interna y la identidad visual en los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores-2017

## **II. METODO**

### **2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación se realizará un diseño de investigación de tipo no experimental ya que no se manipulará las variables que estamos estudiando, en este caso nos referimos a “La comunicación interna” y “Identidad Corporativa”, por lo que se tiene analizar la relación entre la variable independiente (Comunicación interna) y la variable dependiente (Identidad corporativa).

En esta investigación se utilizará el método hipotético deductivo por lo que las observaciones realizadas de la variable de este estudio son para poder plantear un problema. Según Cegarra “El método hipotético deductivo lo empleamos corrientemente tanto como en la vida ordinaria como en la investigación científica. Es el camino lógico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos.” (2011, p. 82). Este método utiliza un proceso de inducción que requiere de una teoría para poder crear nuestra hipótesis de manera empírica.

#### **Tipo de estudio:**

La presente investigación es de tipo aplicada tal cual indica Lozada (2014) “La investigación aplicada tiene por objetivo la generación de conocimiento con aplicación directa y a mediano plazo en la sociedad o en el sector productivo” (p.35).

Por eso el presente trabajo de investigación es de tipo aplicada porque tiene como objetivo resolver la relación de la comunicación interna y la identidad corporativa en los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa proponiendo un aporte para una buena comunicación interna en la identidad corporativa de la institución

**Nivel de estudio:**

La investigación es de tipo descriptiva- correlacional por lo que mide las variables y la relación que existe entre ellas tal como lo manifiesta Hernández et al (2010) “Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos o variables en un contexto en particular”. (p.81).

**2.2. Variables y Operacionalización**

**Variable 1:** Comunicación Organizacional Interna es un eje fundamental de las empresas y tiene como principal objetivo contribuir al logro de los resultados organizacionales, fortalece la identificación de los colaboradores con la empresa, proporcionándoles información relevante, suficiente y oportuna, reforzando su integración, y generando en ellos una imagen favorable de la organización. (Andrade,2005)

**Variable 2:** Es la personalidad de la Organización, esta personalidad es la conjunción de su historia, de su Ética y de su filosofía de trabajo, pero también está formada por los comportamientos cotidianos y las normas Establecidas por la dirección. La Identidad corporativa sería el conjunto de características, valores y creencias con las que la organización se auto identifica y se auto diferencia. (Capriotti,2013)

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONALIDAD	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
<b>Variable 1</b>  <b>COMUNICACION INTERNA</b>	Comunicación Organizacional Interna es un eje fundamental de las empresas y tiene como principal objetivo contribuir al logro de los resultados organizacionales, fortalece la identificación de los colaboradores con la empresa, proporcionándoles información relevante, suficiente y oportuna, reforzando su integración, y generando en ellos una imagen favorable de la organización. (Andrade,2005)	cuestionario	<b>Comunicación Formal</b>	<b>Comunicación Vertical</b>	1) En la organización se practica reuniones periódicas con su Jefe de Área.	Ordinal
					2) Dentro de la organización un técnico hace sugerencias a su jefe de Área	
					3) A su percepción los informes elevados a la alta dirección son implementados o tomados en cuenta para superar problemas de funcionamiento de su área de trabajo	
					4) Las directivas internas relacionadas a su puesto de trabajo son claras y precisas.	
					5) Las decisiones relacionadas a su puesto de trabajo son acertadas y facilitan su desempeño laboral	
					6) Es responsabilidad de la alta dirección (directores, jefes y encargados de áreas) difundir los procedimientos de la organización.	
			<b>Comunicación Informal</b>	<b>Comunicación Horizontal</b>	7) La organización propicia reuniones técnicas entre personal de la misma categoría profesional.	
					8) La organización implementa los acuerdos de las reuniones técnicas realizadas por profesionales del mismo nivel jerárquico	
					9) La reunión entre profesionales de mismo nivel jerárquico permite compartir información relevante de la organización entre colegas	
					10) Las coordinaciones directas entre jefes de departamentos son eficaces y permite solucionar problemas de organización	
					11) Durante el desempeño de labores, se coordina permanente entre trabajadores de la misma categoría profesional.	
					12) La decisión del comité de Gestión realizadas por los jefes de departamento ayuda a los logros y aciertos en la organización	
<b>Comunicación Informal</b>	<b>Rumores</b>	13) Los rumores dentro de la organización siempre resultan ciertos.				
		14) Los rumores sobre la estabilidad laboral afectan su rendimiento profesional.				
		15) Los canales de comunicación formal proporcionan la suficiente información sobre temas relevantes de la organización.				

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
<b>Variable 2</b>  <b>IDENTIDAD CORPORATIVA</b>	<p>Es la personalidad de la Organización, esta personalidad es la conjunción de su historia, de su Ética y de su filosofía de trabajo, pero también está formada por los comportamientos cotidianos y las normas Establecidas por la dirección. La Identidad corporativa sería el conjunto de características, valores y creencias con las que la organización se auto identifica y se auto diferencia. <b>Capriotti (2013)</b></p>	Cuestionario	<b>La Filosofía Corporativa</b>	<b>Visión</b>	1) A su percepción la Visión del Sector refleja la realidad que pretende alcanzar la organización	Ordinal
					2) Dentro de la organización el jefe de departamento comunica periódicamente los objetivos institucionales especificados en la Visión de la Organización.	
					3) A su percepción la organización trabaja en función al cumplimiento de los objetivos propuestos en la visión del Sector	
				<b>Misión</b>	4) La misión de la organización es clara y precisa y está bien estructurada	
					5) Los jefes de departamento instruyen a los trabajadores a participar activamente en el cumplimiento de la Misión de la organización.	
					<b>Metas y Objetivos</b>	
			7) Los trabajadores tienen bien en claro los objetivos de la organización			
			<b>La Cultura corporativa</b>	<b>Valores</b>	8) La Administración de la organización promueve una cultura de valores en el desarrollo de las actividades laborales	
					9) Los trabajadores o miembros recién incorporados aceptan las pautas culturales existente de la Organización	
					10) La actuación de los Directivos en el desempeño de sus funciones es en el marco de la buena práctica de valores.	
				<b>Conducta</b>	11) La conducta de los trabajadores es el marco de la vocación de servicio	
				12) Durante el desempeño de labores, los trabajadores conocen los alcances y limitaciones de sus funciones en forma clara y precisa.		
			<b>Identidad Visual</b>	<b>Normas</b>	13) Las Normas y directivas permiten regular la cultura corporativa sancionando o felicitando el desempeño laboral en la organización.	
<b>Uniforme</b>	14) Los trabajadores de la organización usan el uniforme Institucional permanentemente.					
<b>Logo</b>	15) El logo institucional de la organización representa la personalidad de su institución					
	<b>Infraestructura</b>	16) La infraestructura que tiene su centro de trabajo es adecuada.				

## 2.3. Población y Muestra

### Población

La población de la presente investigación estará conformada por 607 trabajadores del Hospital de Emergencias “José Casimiro Ulloa” los mismos que se encuentran divididos de la siguiente manera:

Personal administrativo	164
Personal asistencial	443
TOTAL	607

### Diseño muestral

Debido a que la población de estudio se encuentra dividida en dos estratos, se utilizará para obtener la muestra de estudio el diseño muestral probabilístico estratificado.

Estrato 1	Personal administrativo	164	27%
Estrato 2	Personal asistencial	443	73%
	TOTAL	607	100%

### Muestra

Para obtener la muestra de estudio se aplicará la fórmula para poblaciones finitas, dando como resultado de muestra el siguiente:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

N = Total de la población

Z<sub>α</sub> = 1.96 al cuadrado (seguridad al 95%)

p = proporción esperada (5% = 0.05)

q = 1 – p (1-0.05 = 0.95)

d = precisión (5% = 0.05)

$$n = \frac{607 * (1.96)^2 (0.05) (0.95)}{(0.05)^2 * (767-1) + (1.96)^2 (0.05) (0.95)} =$$

$$n = \frac{607 * (3.8416) (0.475)}{(0.0025) (766) + (3.8416) (0.475)} =$$

$$n = \frac{607 * 1.82476}{1.915 + 1.82476} =$$

$$n = \frac{1,399.5909}{3.73976} = 236$$

Por lo tanto, la muestra estará conformada por 607 trabajadores del Hospital de Emergencias “José Casimiro Ulloa” los mismos que se encuentran divididos de la siguiente manera:

	N	N	%
Personal administrativo	164	64	27%
Personal asistencial	443	172	73%
TOTAL	607	236	100%

### Unidad de análisis

Todos los trabajadores del Hospital de Emergencias “José Casimiro Ulloa”- Miraflores - 2017.

## 2.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para poder recoger los datos en el hospital de emergencias “José Casimiro Ulloa”, del distrito de Miraflores del año 2017, fue necesario utilizar el siguiente Instrumento:

### Técnica de recolección de datos

Según kuznik *et al* (2010): “La encuesta, además ser una técnica de recogida de datos, se ha convertido en un método muy usual de investigación social, dado su gran versátil, la variedad de campos de aplicación, así como su capacidad de describir las características sociales de los colectivos estudiados e inferir conclusiones extensivas a la totalidad de dichos colectivos”. (p.318)



“La encuesta es un instrumento que utiliza la información de la muestra que se va estudiar para que así la exploración, descripción o explicación puede ser medida a través de las características del origen de la muestra” (Kuznik et al, 2010, p.318).

#### **2.4.1. Instrumento de recolección de datos**

Para la recolección de datos trabajamos con el cuestionario por lo que nos permitirá registrar información precisa de la investigación, además está conformado por variable de comunicación inter con 15 ítems y con identidad corporativa con 16 ítems considerando en cuenta la escala de Likert cada uno ellos con cinco opciones de respuesta.

### **VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO**

#### **Validez**

Según Rusque (2003) “La validez representa la posibilidad de que un método de investigación sea capaz de responder a las interrogantes formuladas. La fiabilidad designa la capacidad de obtener los mismos resultados de diferentes situaciones. (p.134).

El instrumento se debe someter a una validación de contenido que se formalizará por la opinión de expertos del tema de la investigación, pues de esta manera podrá ser aplicable y óptimo.

#### **Opinión de expertos**

El instrumento fue evaluado por tres expertos de la carrera de Ciencias de la Comunicación es por esto que sus opiniones respecto se tomaron en cuenta para la validez de este instrumento determinando su validez, ya que cumple con los objetivos de la investigación.

Experto 1: Lic. Alejandro Reyes Otero

Experto 2: Lic. Henry Marcelo Castillo

Experto 3: Lic. Cesar Verastegui Paredes

Tabla 1. Coeficiente de Validación- Cuantitativo

PREGUNTAS	EXPERTO EXPERTO EXPERTO			SUMA	V
	1	2	3		
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	1	0	0	2	33%
ITEM 10	1	1	1	3	100%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
					94%

### Confiabilidad de instrumento

Alfa de Cronbach del instrumento Cuestionario para medir la variable Comunicación interna

**Tabla 2. Confiabilidad de Comunicación Interna**

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,968	15

El valor Alfa de Cronbach del instrumento Cuestionario para medir la variable Comunicación interna indica una confiabilidad elevada.

Alfa de Cronbach del instrumento Cuestionario para medir la variable Identidad Corporativa.

**Tabla 3. Confiabilidad de Identidad Corporativa**

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,946	16

El valor Alfa de Cronbach del instrumento Cuestionario para medir la variable Identidad Corporativa obtuvo resultado igual a 0,946 que corresponde a una confiabilidad elevada.

#### ALFA DE CRONBACH DE LAS DOS VARIABLES JUNTAS

**Tabla 4. Confiabilidad de Comunicación interna e Identidad corporativa**

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,976	31

El valor Alfa de Cronbach del instrumento Cuestionario para medir las variables Comunicación e Identidad Corporativa obtuvo resultado igual a 0,976 que corresponde a una confiabilidad elevada.

#### **2.5 Métodos de análisis de datos.**

En el proceso de la información se realizó un análisis descriptivo, en los cuales los resultados fueron analizados a través del programa de SPSS, en donde nos da como resultados los porcentajes según nuestras variables y objetivos, teniendo en cuenta lo siguiente:

- Estadísticos descriptivos: media aritmética mediana, frecuencias y porcentajes.
- Chi2 de Pearson: para hallar la correlación entre las dos variables dependiendo del tipo de distribución.

Según Tomas (2010) hace referencia que “la estadística descriptiva pretende describir, analizar y representar las características que existen en un conjunto de datos, obtenidos a partir de una población o de una muestra” (p.14).

La estadística descriptiva proyecta analizar y representar las propiedades que constan en un conjunto de datos, alcanzados a partir de una población o de una muestra. (Tomas 2010, p.14)

## **2.6 Aspectos éticos**

La presente investigación está centrada en los principios éticos, por lo que los documentos que se han utilizado para el reforzamiento de la investigación se respetado las reglas que se colocado para la elaboración de una investigación pertinente en estos tiempos, se ha respetado las normas APA y cada cita se mencionada al autor, se ha evitado cometer algún plagio o errores de ortografía

### III. RESULTADOS

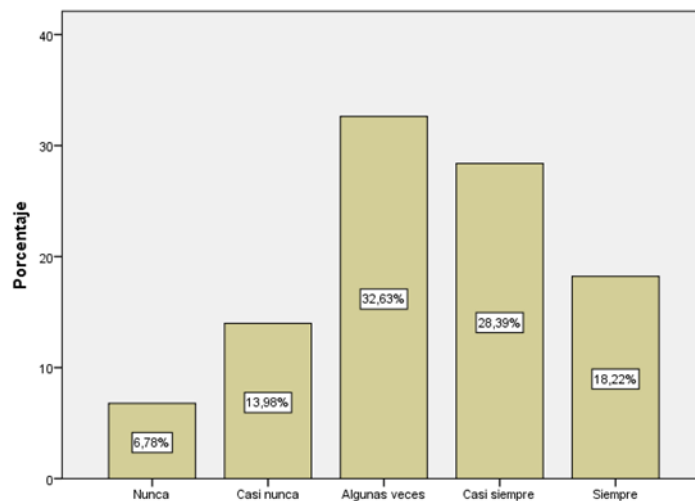
#### 3.1 CUESTIONARIO PARA MEDIR LA VARIABLE COMUNICACIÓN INTERNA

##### Dimensión I: Comunicación formal

##### ITEM 1. Comunicación Vertical

**Tabla 1. En la organización se practica reuniones periódicas con su jefe de área**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	16	6,8	6,8	6,8
	Casi nunca	33	14,0	14,0	20,8
	Algunas veces	77	32,6	32,6	53,4
	Casi siempre	67	28,4	28,4	81,8
	Siempre	43	18,2	18,2	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 1.** En la organización se practica reuniones periódicas con su jefe de área

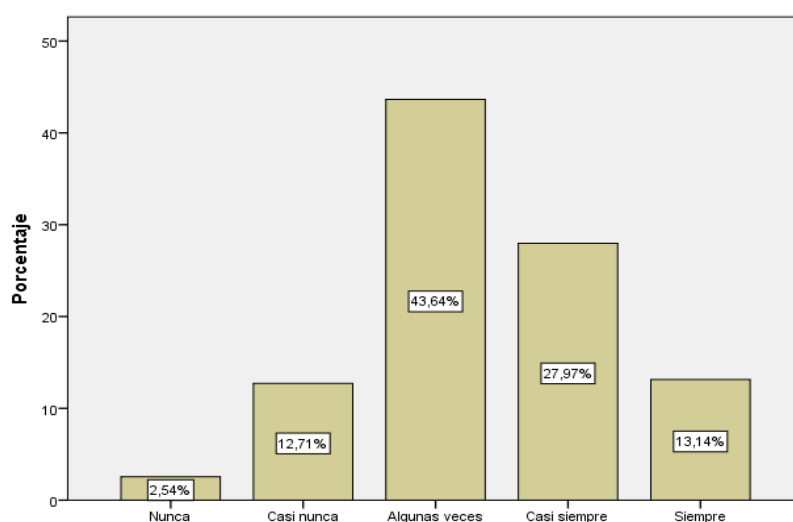
**Análisis :** Un 32,63% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que algunas veces en la organización se practica reuniones periódicas con su jefe de área. Un 28,39% lo hacen de casi siempre. El 18,22% menciona que siempre. Un 13,98% casi nunca se hacen. Y el 6,78% nunca se reúnen con su jefe.

**Interpretación:** Más de la mitad de los encuestados practican reuniones periódicas con su jefe de área, esto implica que los jefes de la organización realizan reuniones con su personal de su área encargada.

**ITEM 2.** Dentro de la organización un técnico hace sugerencias a su jefe de área

**Tabla 2. Dentro de la organización un técnico hace sugerencias a su jefe de área**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	30	12,7	12,7	15,3
	Algunas veces	103	43,6	43,6	58,9
	Casi siempre	66	28,0	28,0	86,9
	Siempre	31	13,1	13,1	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 2.** Dentro de la organización un técnico hace sugerencias a su jefe de área

**Análisis:** Un 43,64% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que algunas veces en la organización un técnico hace sugerencias a su jefe de área. Un 27,97% lo hacen casi siempre. El 13,14% menciona que siempre. Un 12,71% casi nunca hacen. Y el 2,54% afirma que nunca un técnico hace sugerencias a su jefe.

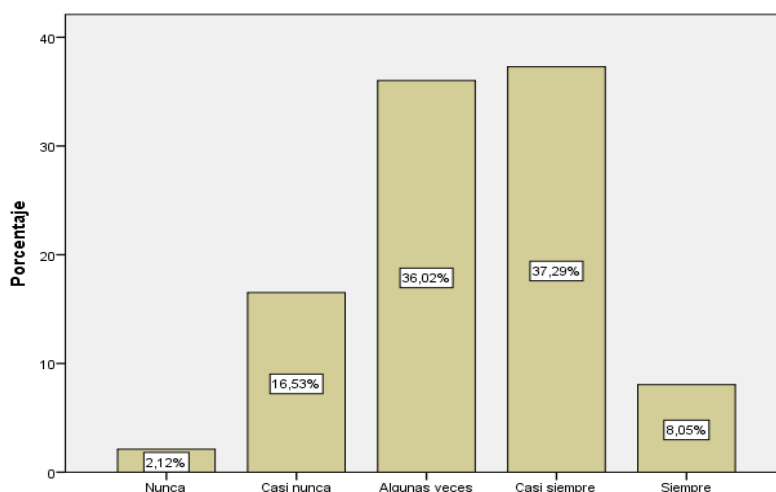
**Interpretación:** Una cifra considerable de los encuestados responde que un personal técnico hace sugerencias a su jefe de área, esto implica que personales de la menor jerarquía propone ideas a su jefe inmediato.

**ITEM 3.** A su percepción, los informes elevados a la alta dirección son implementados o tomados en cuenta para superar problemas de funcionamiento de su área de trabajo.

**Tabla 3. A su percepción, los informes elevados a la alta dirección son implementados o tomados en cuenta para superar problemas de funcionamiento de su área de trabajo.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	2,1	2,1	2,1
	Casi nunca	39	16,5	16,5	18,6
	Algunas veces	85	36,0	36,0	54,7
	Casi siempre	88	37,3	37,3	91,9
	Siempre	19	8,1	8,1	100,0
	Total	236	100,0	100,0	

**Figura 3.** A su percepción, los informes elevados a la alta dirección son



implementados o tomados en cuenta para superar problemas de funcionamiento de su área de trabajo.

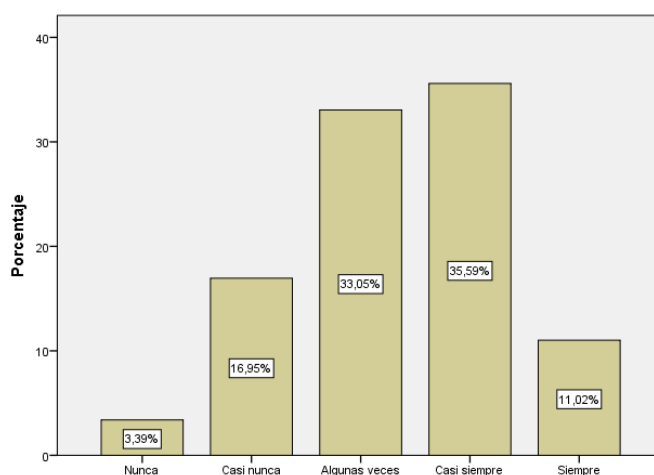
**Análisis:** Un 37,29% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre los informes elevados a la alta dirección son implementados o tomados en cuenta para superar problemas de funcionamiento de su área de trabajo. Un 36,02% lo hacen algunas veces. El 16,53% menciona que casi nunca. Un 8,05% siempre se hacen. Y el 2,12% nunca.

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados responden que los informes de elevados a la alta dirección son implementados y tomados en cuenta esto implica que las informes que son derivados de la alta dirección a los personales de la organización son tomados en cuenta para superar problemas de funcionamiento de su área de trabajo.

**ITEM 4.** Las directivas internas relacionadas a su puesto de trabajo son claras y precisas.

**Tabla 4. Las directivas internas relacionadas a su puesto de trabajo son claras y precisas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	8	3,4	3,4	3,4
Casi nunca	40	16,9	16,9	20,3
Algunas veces	78	33,1	33,1	53,4
Casi siempre	84	35,6	35,6	89,0
Siempre	26	11,0	11,0	100,0
Total	236	100,0	100,0	



**Figura 4.** Las directivas internas relacionadas a su puesto de trabajo son claras y precisas

**Análisis:** Un 35,59% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre las directivas internas relacionadas a su puesto de trabajo son claras y precisas. Un 33,05% afirma que algunas veces. El 16,95% menciona que casi nunca. Un 11,02% siempre se hacen. Y el 3,39% nunca.

**Interpretación:**

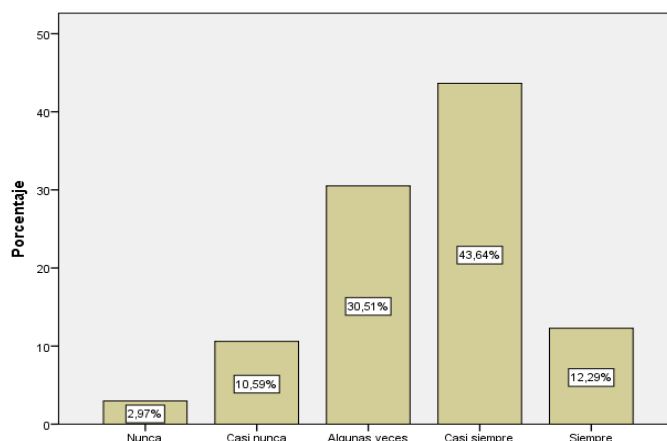
Una numerosa cifra de los encuestados considera que casi siempre las directivas internas están relacionadas a su puesto de trabajo, esto implica que en el Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa son claras y precisas.



**ITEM 5.** Las decisiones relacionadas a su puesto de trabajo son acertadas y facilitan su desempeño laboral

**Tabla 5. Las decisiones relacionadas a su puesto de trabajo son acertadas y facilitan su desempeño laboral**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
	a	e	válido	acumulado
Válido Nunca	7	3,0	3,0	3,0
Casi nunca	25	10,6	10,6	13,6
Algunas veces	72	30,5	30,5	44,1
Casi siempre	103	43,6	43,6	87,7
Siempre	29	12,3	12,3	100,0
Total	236	100,0	100,0	



**Figura 5.** Las decisiones relacionadas a su puesto de trabajo son acertadas y facilitan su desempeño laboral

**Análisis:** Un 43,64% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre las decisiones relacionadas a su puesto de trabajo son acertadas y facilitan su desempeño laboral. Un 30,51% afirma que algunas veces. El 12,29% menciona que siempre. Un 10,59% casi nunca se hacen. Y el 2,97% nunca

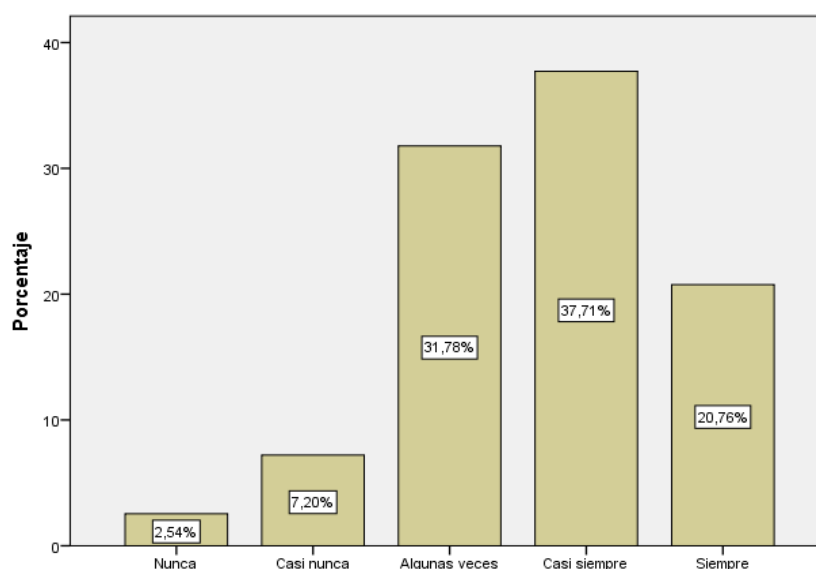
**Interpretación:**

Una considerable cantidad de los encuestados aseguran que casi siempre las decisiones relacionadas a su puesto de trabajo son acertadas, por tal motivo estas llegan a facilitar su desempeño laboral.

**ITEM 6.** Es responsabilidad de la alta dirección (directores, jefes y encargados de áreas) difundir los procedimientos de la organización

**Tabla 6. Es responsabilidad de la alta dirección (directores, jefes y encargados de áreas) difundir los procedimientos de la organización**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	17	7,2	7,2	9,7
	Algunas veces	75	31,8	31,8	41,5
	Casi siempre	89	37,7	37,7	79,2
	Siempre	49	20,8	20,8	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 6.** Es responsabilidad de la alta dirección (directores, jefes y encargados de áreas) difundir los procedimientos de la organización

**Análisis:** Un 37,71% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre es responsabilidad de la alta dirección (directores, jefes y encargados de áreas) difundir los procedimientos de la organización. Un 31,76% afirma que algunas veces. El 20,76% menciona que siempre. Un 7,2% casi nunca se hacen. Y el 2,54% nunca.

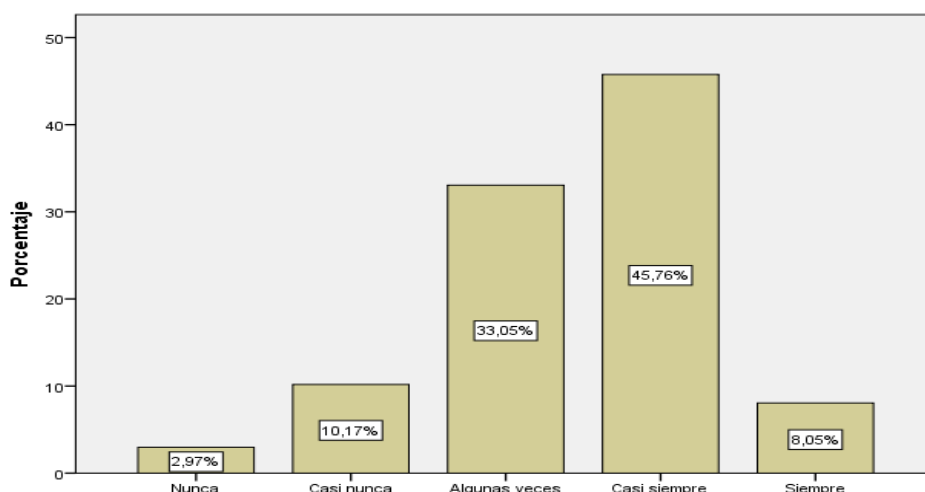
**Interpretación:**

Una considerable cifra afirma que casi siempre es responsabilidad de la alta dirección difundir los procedimientos de la organización, esto implica que los directores, jefes y encargados de áreas son responsables de transmitir todos los procedimientos en el Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa.

**ITEM 7.** La organización propicia reuniones técnicas entre personal de la misma categoría profesional

**Tabla 7. La organización propicia reuniones técnicas entre personal de la misma categoría profesional**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	3,0	3,0	3,0
	Casi nunca	24	10,2	10,2	13,1
	Algunas veces	78	33,1	33,1	46,2
	Casi siempre	108	45,8	45,8	91,9
	Siempre	19	8,1	8,1	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 7.** La organización propicia reuniones técnicas entre personal de la misma categoría profesional

**Análisis:** Un 8,05% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que siempre La organización propicia reuniones técnicas entre personal de la misma categoría profesional. Un 45,76% afirma que casi siempre. El 33,05% menciona algunas veces. Un 10,17% casi nunca se hacen. Y el 2,97% nunca.

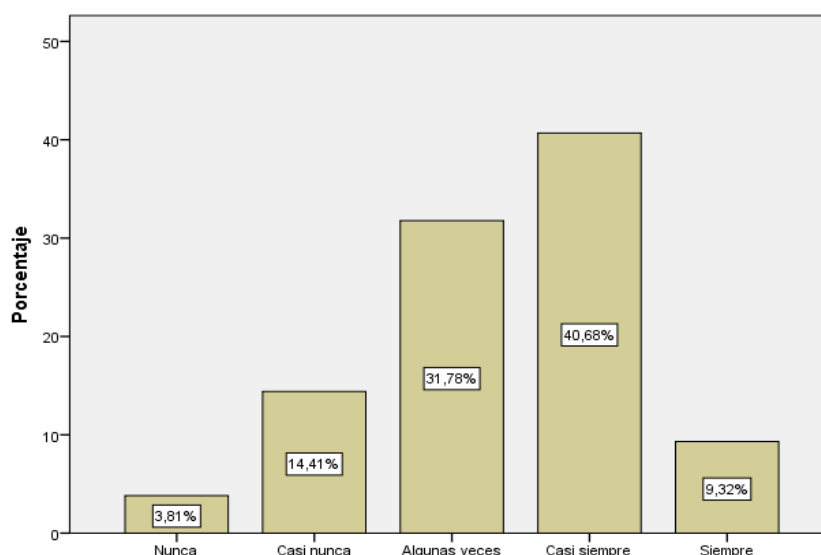
**Interpretación:**

De los encuestados casi la mitad afirma que casi siempre La organización propicia reuniones técnicas entre personal de la misma categoría profesional.

**ITEM 8.** La organización implementa los acuerdos de las reuniones técnicas realizadas por profesionales del mismo nivel jerárquico

**Tabla 8. La organización implementa los acuerdos de las reuniones técnicas realizadas por profesionales del mismo nivel jerárquico**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	a	e		
Válido Nunca	9	3,8	3,8	3,8
Casi nunca	34	14,4	14,4	18,2
Algunas veces	75	31,8	31,8	50,0
Casi siempre	96	40,7	40,7	90,7
Siempre	22	9,3	9,3	100,0
Total	236	100,0	100,0	



**Figura 8.** La organización implementa los acuerdos de las reuniones técnicas realizadas por profesionales del mismo nivel jerárquico

**Análisis:** Un 40,68% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre La organización implementa los acuerdos de las reuniones técnicas realizadas por profesionales del mismo nivel jerárquico. Un 31,78% afirma que algunas veces. El 14,41% menciona que casi nunca. Un 9,32% siempre se hacen. Y el 3,81% nunca.

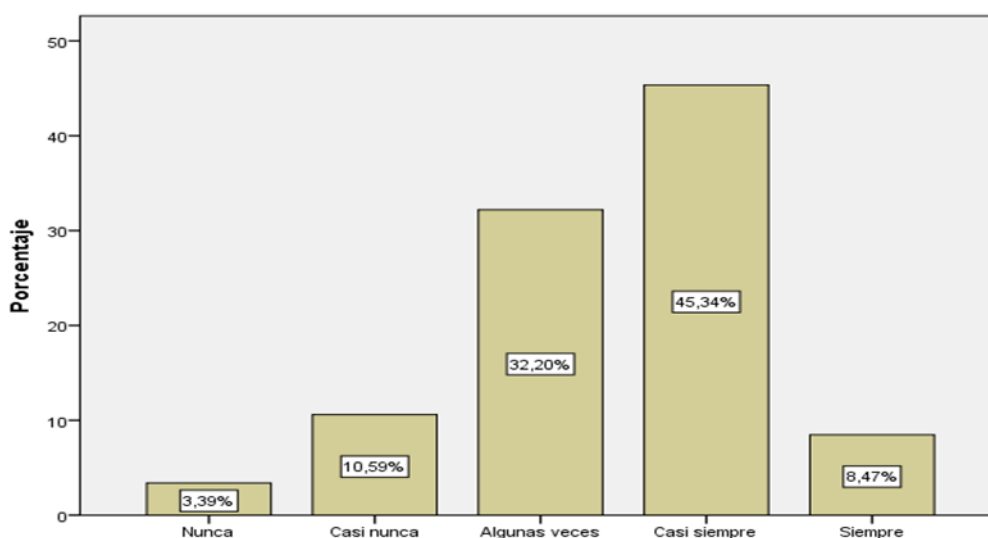
**Interpretación:**

Más de la mitad de los encuestados afirma que la organización implementa los acuerdos de las reuniones técnicas realizadas por los profesionales del mismo nivel jerárquico, es decir que en el hospital de emergencias José Casimiro Ulloa se práctica la comunicación horizontal.

**ITEM 9.** La reunión entre profesionales de mismo nivel jerárquico permite compartir información relevante de la organización entre colegas

**Tabla 9. La reunión entre profesionales de mismo nivel jerárquico permite compartir información relevante de la organización entre colegas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	a	e		
Válido Nunca	8	3,4	3,4	3,4
Casi nunca	25	10,6	10,6	14,0
Algunas veces	76	32,2	32,2	46,2
Casi siempre	107	45,3	45,3	91,5
Siempre	20	8,5	8,5	100,0
Total	236	100,0	100,0	



**Figura 9.** La reunión entre profesionales de mismo nivel jerárquico permite compartir información relevante de la organización entre colegas

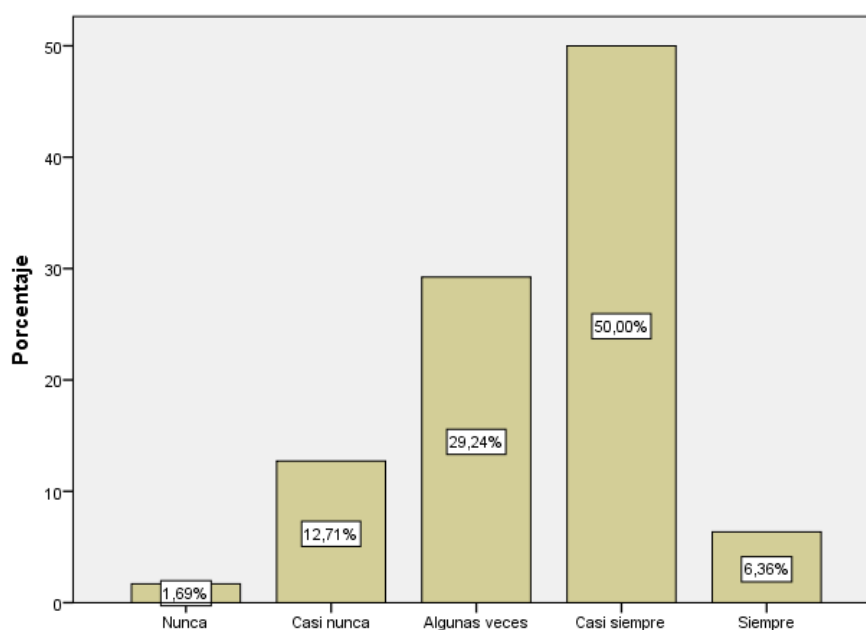
**Análisis:** Un 45,34% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre la reunión entre profesionales de mismo nivel jerárquico permite compartir información relevante de la organización entre colegas. Un 32,2% afirma que algunas veces. El 10,59% menciona que casi nunca. Un 8,47% siempre se hacen. Y el 3,39% nunca.

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados afirman la reunión entre profesionales de mismo nivel jerárquico permite compartir información relevante del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa.

**ITEM 10.** Las coordinaciones directas entre jefes de departamentos son eficaces y permite solucionar problemas de organización

**Tabla 10. Las coordinaciones directas entre jefes de departamentos son eficaces y permite solucionar problemas de organización**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	1,7	1,7	1,7
	Casi nunca	30	12,7	12,7	14,4
	Algunas veces	69	29,2	29,2	43,6
	Casi siempre	118	50,0	50,0	93,6
	Siempre	15	6,4	6,4	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 10.** Las coordinaciones directas entre jefes de departamentos son eficaces y permite solucionar problemas de organización.

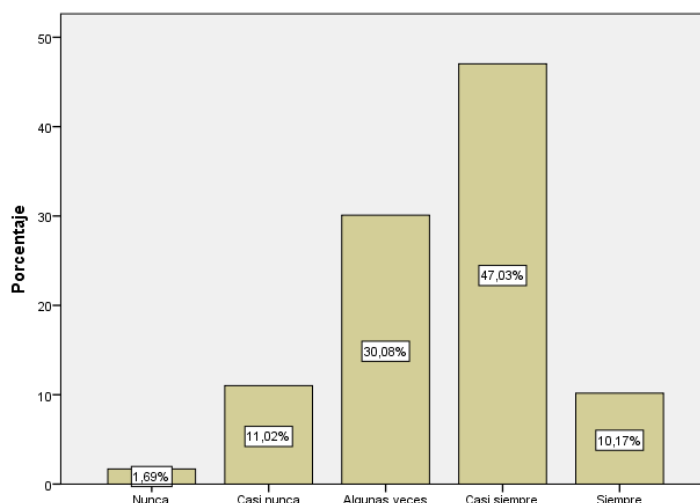
**Análisis :** Un 50% de los trabajadores encuestados de la Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que la **Las coordinaciones** directas entre jefes de departamentos son eficaces y permite solucionar problemas de organización. Un 29,24% afirma que algunas veces. El 12,71% menciona que casi nunca. Un 6,36% siempre se hacen. Y el 1,69% nunca.

**Interpretación:** Más de la mitad de los encuestados afirman que el Hospital de emergencias José Casimiro Ulloa las coordinaciones directas entre jefes de departamentos son eficaces y permite solucionar problemas de organización..

**ITEM 11.** Durante el desempeño de labores, se coordina permanente entre trabajadores de la misma categoría profesional.

**Tabla 11. Durante el desempeño de labores, se coordina permanente entre trabajadores de la misma categoría profesional**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	a	e		
Válido Nunca	4	1,7	1,7	1,7
Casi nunca	26	11,0	11,0	12,7
Algunas veces	71	30,1	30,1	42,8
Casi siempre	111	47,0	47,0	89,8
Siempre	24	10,2	10,2	100,0
Total	236	100,0	100,0	



**Figura 11.** Durante el desempeño de labores, se coordina permanente entre trabajadores de la misma categoría profesional

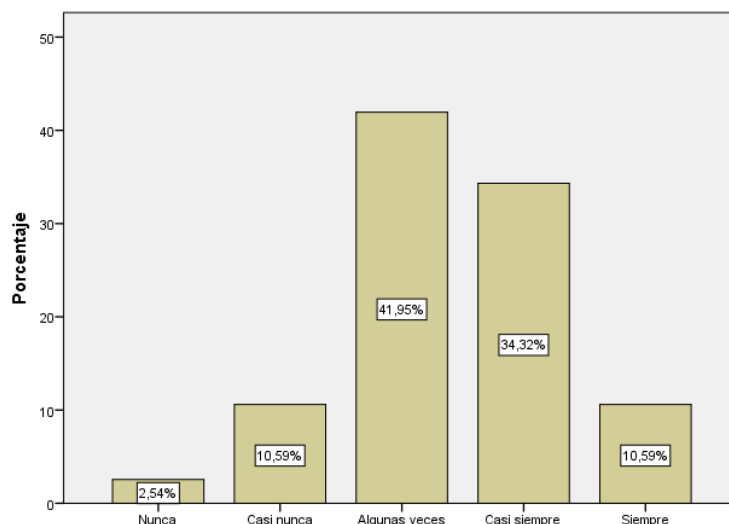
**Análisis:** Un 47,03% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que, durante el desempeño de labores, casi siempre se coordina permanente entre trabajadores de la misma categoría profesional. Un 30.08% afirma que algunas veces. El 11.02% menciona que casi nunca. Un 10.17% siempre se hacen. Y el 1,69% nunca.

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados afirman que en el desempeño de sus labores se coordina entre los trabajadores de la misma categoría profesional.

**ITEM 12.** La decisión del comité de gestión realizadas por los jefes de departamentos ayuda a los logros y aciertos en la organización

**Tabla 12. La decisión del comité de gestión realizadas por los jefes de departamentos ayuda a los logros y aciertos en la organización**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Nunca	6	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	25	10,6	10,6	13,1
	Algunas veces	99	41,9	41,9	55,1
	Casi siempre	81	34,3	34,3	89,4
	Siempre	25	10,6	10,6	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 12.** La decisión del comité de gestión realizadas por los jefes de departamentos ayuda a los logros y aciertos en la organización

**Análisis :** Un 41,95% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que algunas veces la decisión del comité de gestión realizadas por los jefes de departamentos ayuda a los logros y aciertos en la organización. Un 34,32% afirma que casi siempre. El 10,59% menciona que siempre. Un 10,59% casi nunca se hacen. Y el 2,54% nunca.

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados afirman que algunas veces que las desciones de los miembros de nivel superior ayudan a los logros y aciertos del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa. Esto implica que se debe coordinar mejor en las desciones realizadas por los jefes de departamentos para asi cumplir con los logros y aciertos de la organización.

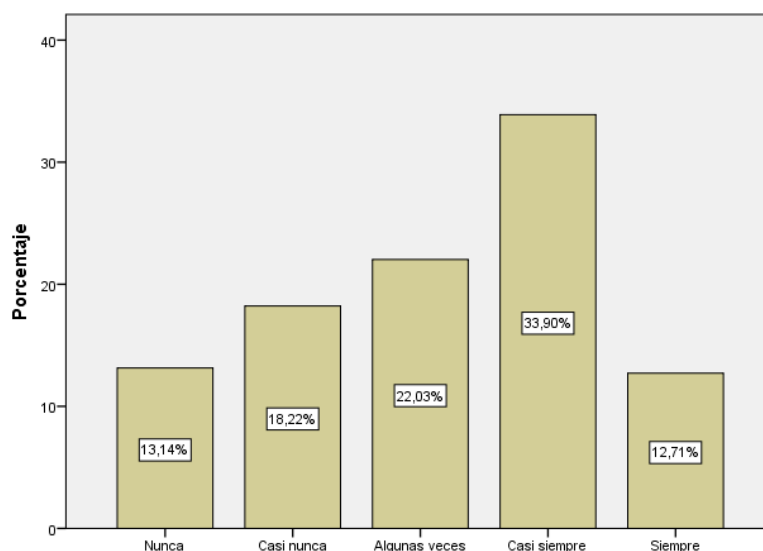


## Dimensión II: Comunicación Informal

**ITEM 13.** Los rumores dentro de la organización no son tomados en cuenta

**Tabla 13. Los rumores dentro de la organización no son tomados en cuenta**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Nunca	31	13,1	13,1	13,1
	Casi nunca	43	18,2	18,2	31,4
	Algunas veces	52	22,0	22,0	53,4
	Casi siempre	80	33,9	33,9	87,3
	Siempre	30	12,7	12,7	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 13.** Los rumores dentro de la organización no son tomados en cuenta

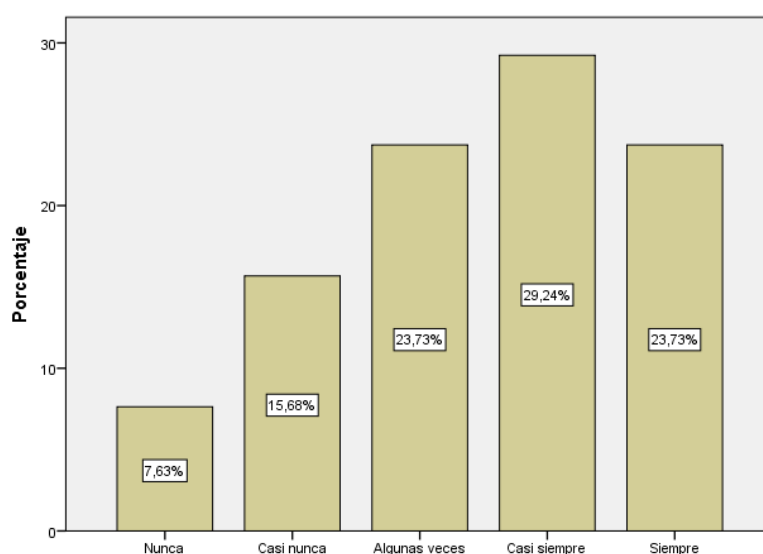
**Análisis :** Un 33,9% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre los rumores dentro de la organización no son tomados en cuenta. Un 22,03% afirma que algunas veces. El 18,22% menciona que casi nunca. Un 13,14% nunca se hacen. Y el 12,71% siempre.

**Interpretación:** Una considerable cantidad de los encuestados afirman que los rumores en su organización no son tomados en cuenta , Esto implica los rumores dentro del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa no se toman en cuenta en el trabajo entre los miembros de la organización.

**ITEM 14.** Los rumores sobre la estabilidad laboral circulan constantemente

**Tabla 14. Los rumores sobre la estabilidad laboral circulan constantemente**

		Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	18	7,6	7,6	7,6
	Casi nunca	37	15,7	15,7	23,3
	Algunas veces	56	23,7	23,7	47,0
	Casi siempre	69	29,2	29,2	76,3
	Siempre	56	23,7	23,7	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 14.** Los rumores sobre la estabilidad laboral circulan constantemente

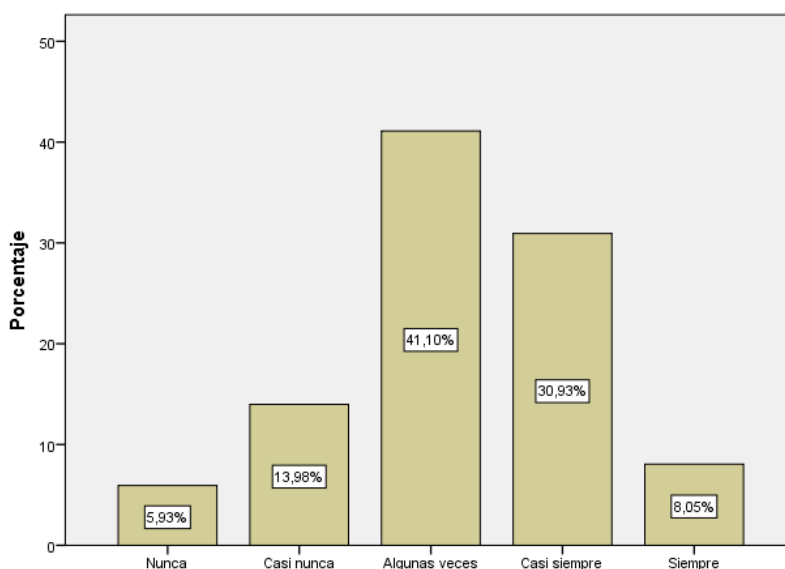
**Análisis:** Un 29,24% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre los rumores sobre la estabilidad laboral circulan constantemente. Un 23,73% afirma que siempre. El 23,73% menciona que algunas veces. Un 15,68% casi nunca se hacen. Y el 7,63% nunca.

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados afirman que en el Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa se realizan rumores sobre la estabilidad laboral constantemente. Esto implica que los rumores circulan permanentemente en la organización

**ITEM 15.** Los canales de comunicación formal proporcionan la suficiente información sobre temas relevantes de la organización

**Tabla 15. Los canales de comunicación formal proporcionan la suficiente información sobre temas relevantes de la organización**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Nunca	14	5,9	5,9	5,9
	Casi nunca	33	14,0	14,0	19,9
	Algunas veces	97	41,1	41,1	61,0
	Casi siempre	73	30,9	30,9	91,9
	Siempre	19	8,1	8,1	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 15.** Los canales de comunicación formal proporcionan la suficiente información sobre temas relevantes de la organización

**Análisis:** Un 41,1% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que algunas veces es responsabilidad de la alta dirección (directores, jefes y encargados de áreas) difundir los procedimientos de la organización. Un 30,93% afirma que casi siempre. El 8,05% menciona que siempre. Un 13,98% casi nunca se hacen. Y el 5,93% nunca.

**Interpretación:** Casi la mitad de los encuestados afirman que algunas veces los canales de la comunicación formal proporcionan la suficiente información sobre temas del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa. Esto implica que se carece de comunicación formal por ende se recurre a la comunicación informal para obtener información sobre temas de la organización.

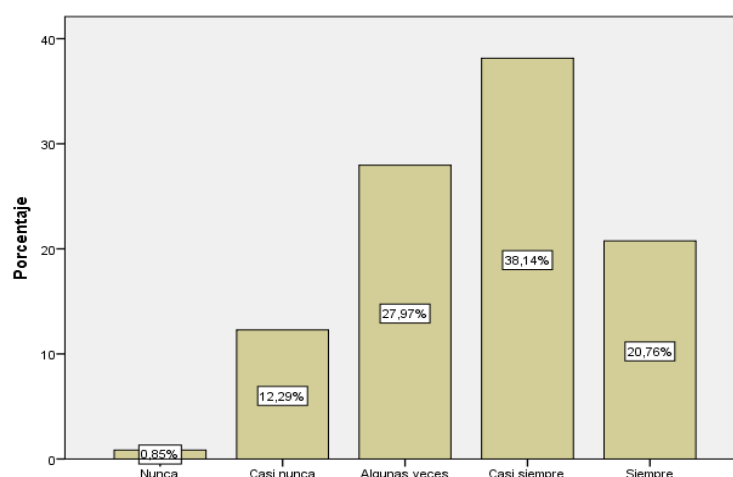
### 3.2. CUESTIONARIO PARA MEDIR LA VARIABLE IDENTIDAD CORPORATIVA

#### Dimensión 1: Filosofía Corporativa

**ITEM 1.** A su percepción, la visión del sector refleja la realidad que pretende alcanzar la organización

**Tabla 16.** A su percepción, la visión del sector refleja la realidad que pretende alcanzar la organización

		Frecuenci	Porcentaj	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Nunca	2	,8	,8	,8
	Casi nunca	29	12,3	12,3	13,1
	Algunas veces	66	28,0	28,0	41,1
	Casi siempre	90	38,1	38,1	79,2
	Siempre	49	20,8	20,8	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 16.** A su percepción, la visión del sector refleja la realidad que pretende alcanzar la organización

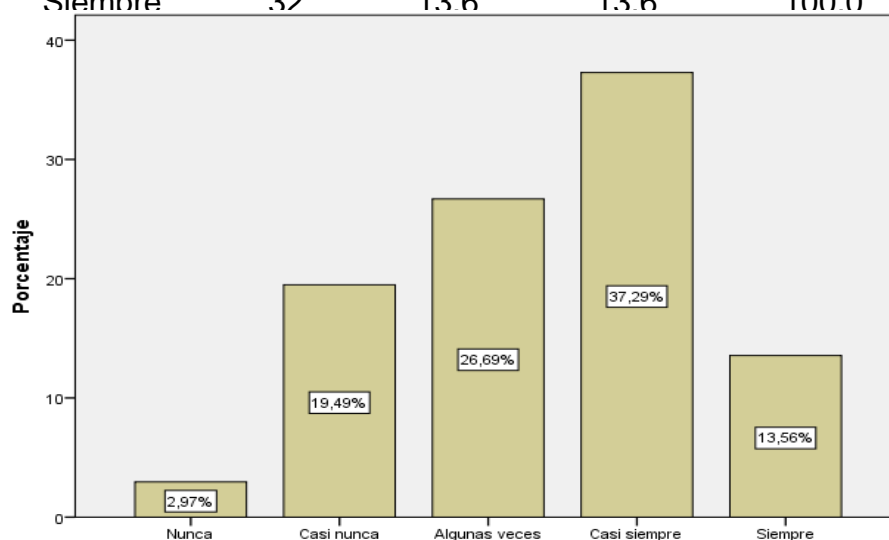
**Análisis:** Un 38,14% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre que la visión del sector refleja la realidad que pretende alcanzar la organización. Un 27,97% afirma que algunas veces. El 20,76% menciona que siempre. Un 12,29% casi nunca se hacen. Y el 0,85% nunca.

**Interpretación;** La mayoría de los encuestados respondieron que casi siempre la visión del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa refleja lo que quieren alcanzar como organización. Esto implica que aun falta poco para cumplir la vision que como organización plantean a largo plazo.

**ITEM 2.** Dentro de la organización el jefe de departamento comunica periódicamente los objetivos institucionales especificados en la visión de la organización.

**Tabla 17. Dentro de la organización el jefe de departamento comunica periódicamente los objetivos institucionales especificados en la visión de la organización**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Nunca	7	3,0	3,0	3,0
	Casi nunca	46	19,5	19,5	22,5
	Algunas veces	63	26,7	26,7	49,2
	Casi siempre	88	37,3	37,3	86,4
	Siempre	32	13,6	13,6	100,0



**Figura 17.** Dentro de la organización el jefe de departamento comunica periódicamente los objetivos institucionales especificados en la visión de la organización

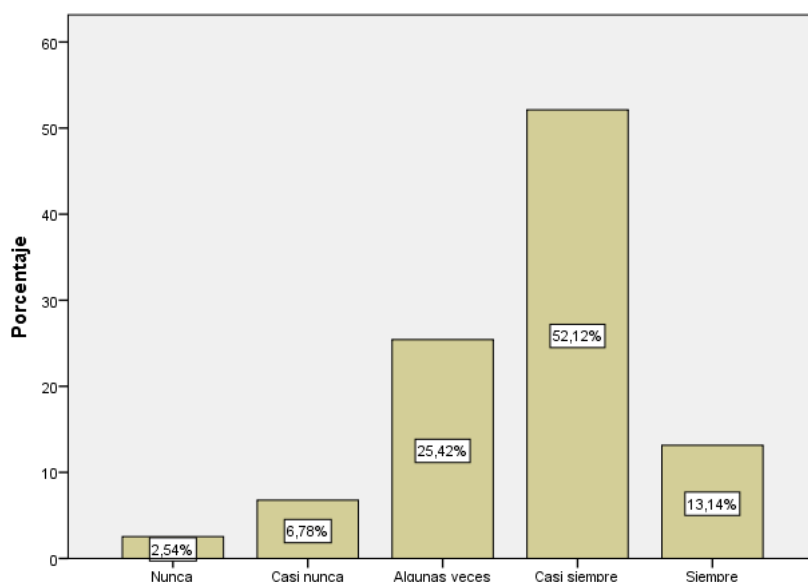
**Análisis :** Un 37,29% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre el jefe de departamento comunica periódicamente los objetivos institucionales especificados en la visión de la organización. Un 26,69% afirma que algunas veces. El 19,49% menciona que casi nunca. Un 13,56% siempre la se hacen. Y el 2,97% nunca.

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados afirman que casi siempre el jefe de departamento comunica periódicamente los objetivos especificados en la visión de la organización del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa. Esto implica que los jefes de cada area deben comunicar los objetivos institucionales a los miembros que dirijen para que esten informados de lo que se debe lograr como organización

**ITEM 3.** A su percepción, la organización trabaja en función al cumplimiento de los objetivos propuestos en la visión del Sector

**Tabla 18. A su percepción, la organización trabaja en función al cumplimiento de los objetivos propuestos en la visión del Sector**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		a	e		
Válido	Nunca	6	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	16	6,8	6,8	9,3
	Algunas veces	60	25,4	25,4	34,7
	Casi siempre	123	52,1	52,1	86,9
	Siempre	31	13,1	13,1	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 18.** A su percepción, la organización trabaja en función al cumplimiento de los objetivos propuestos en la visión del Sector

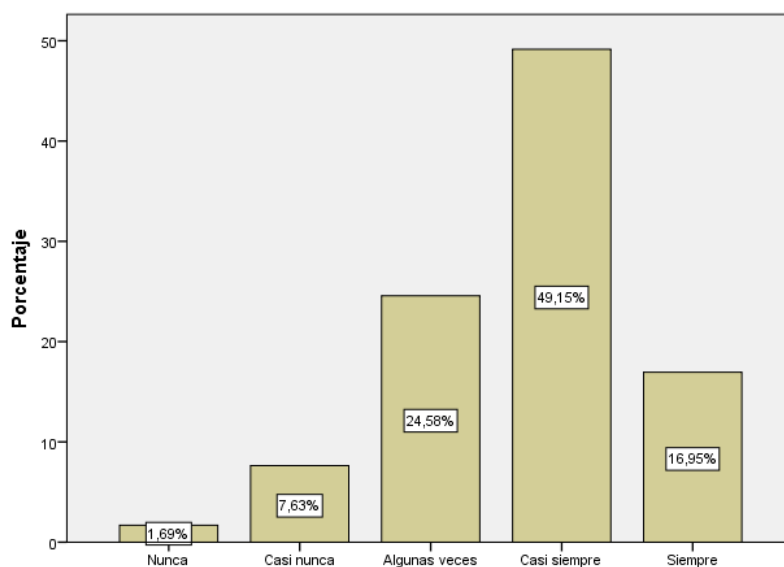
**Análisis:** Un 52,12% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre la organización trabaja en función al cumplimiento de los objetivos propuestos en la visión del sector. Un 25,42% afirma algunas veces. El 13,14% menciona que siempre. Un 6,78% casi nunca se hacen. Y el 2,54% nunca.

**Interpretación:** Más de la mitad de los encuestados afirman que casi siempre se trabaja en función al cumplimiento de los objetivos propuesto en la visión del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa. Esto implica que la organización solo falta mejorar poco para el cumplimiento de los objetivos de la organización para que todos los miembros trabajen igual para el cumplimiento de los objetivos institucionales.

**ITEM 4.** La misión de la organización es clara, precisa y estructurada

**Tabla 19. La misión de la organización es clara, precisa y estructurada**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Nunca	4	1,7	1,7	1,7
	Casi nunca	18	7,6	7,6	9,3
	Algunas veces	58	24,6	24,6	33,9
	Casi siempre	116	49,2	49,2	83,1
	Siempre	40	16,9	16,9	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 19.** La misión de la organización es clara, precisa y estructurada

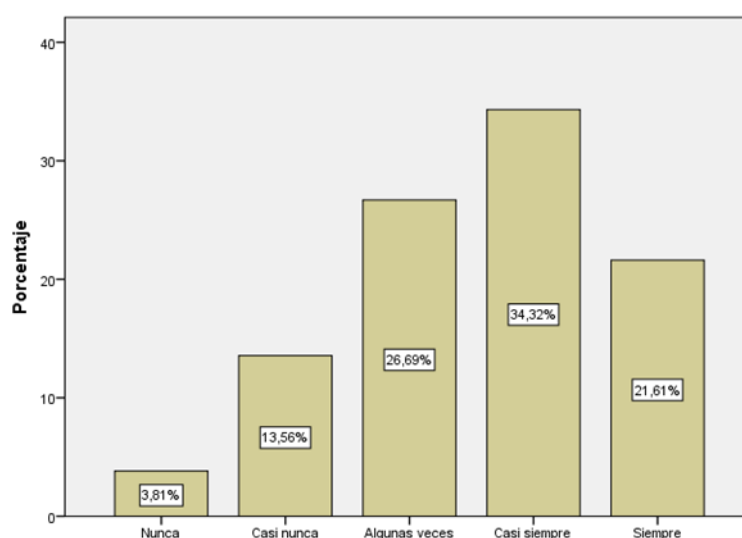
**Análisis :** Un 49,15% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican siempre que la misión de la organización es clara, precisa y estructurada. Un 24,58% afirman algunas veces. El 16,95% mencionan siempre. Un 7,63% casi nunca opinan. Y el 1,69% nunca.

**Interpretación:** Casi la mitad de los encuestados afirman que la misión de la organización es clara, precisa y estructurada en el Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa. Esto implica que la organización está trabajando en cumplir su misión para que tanto el público interno como externa reflejen cual es la función como organización actualmente.

**ITEM 5.** Los jefes de departamento instruyen a los trabajadores a participar activamente en el cumplimiento de la misión de la organización.

**Tabla 20. Los jefes de departamento instruyen a los trabajadores a participar activamente en el cumplimiento de la misión de la organización**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	9	3,8	3,8	3,8
	Casi nunca	32	13,6	13,6	17,4
	Algunas veces	63	26,7	26,7	44,1
	Casi siempre	81	34,3	34,3	78,4
	Siempre	51	21,6	21,6	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 20.** Los jefes de departamento instruyen a los trabajadores a participar activamente en el cumplimiento de la misión de la organización

**Análisis :** Un 34,32% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre son los jefes de departamento los que instruyen a los trabajadores a participar activamente en el cumplimiento de la misión de la organización. Un 26,69% afirma que algunas veces. El 21,61% menciona que siempre. Un 13,56% casi nunca se hacen. Y el 3,81% nunca.

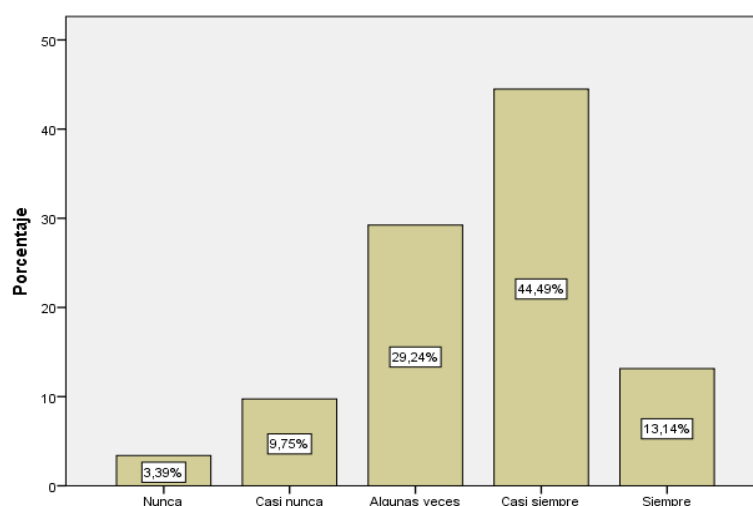
**Interpretación:** Una considerable cantidad de los encuestados afirman que los jefes de departamento instruyen a los trabajadores a participar activamente en el cumplimiento de la misión del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa. Esto implica que los jefes de cada área están incentivando a participar y desarrollar adecuadamente una cultura corporativa en la organización



**ÍTEM 6.** Se toman en cuenta las sugerencias de los trabajadores para la determinación de las metas institucionales

**Tabla 21. Se toman en cuenta las sugerencias de los trabajadores para la determinación de las metas institucionales**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	3,4	3,4	3,4
	Casi nunca	23	9,7	9,7	13,1
	Algunas veces	69	29,2	29,2	42,4
	Casi siempre	105	44,5	44,5	86,9
	Siempre	31	13,1	13,1	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 21.** Se toman en cuenta las sugerencias de los trabajadores para la determinación de las metas institucionales

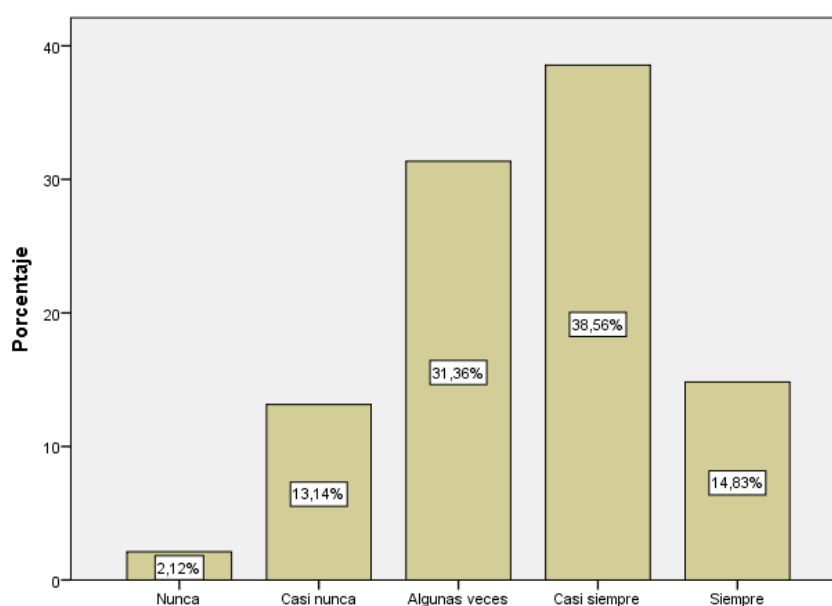
**Análisis:** Un 44,49% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre se toman en cuenta las sugerencias de los trabajadores para la determinación de las metas institucionales. Un 29,24% afirma que algunas veces. El 13,14% menciona que siempre. Un 9,75% casi nunca se hacen. Y el 3,39% nunca.

**Interpretación:** Casi la mitad de los encuestados afirman que casi siempre se toman en cuenta las sugerencias de los trabajadores para las metas institucionales. Esto implica que los trabajadores sin cargo de un área toman en cuenta su opinión frente a temas que aporta al cumplimiento de las metas institucionales.

**ITEM 7. Los trabajadores tienen definidos los objetivos de la organización**

**Tabla 22. Los trabajadores tienen definidos los objetivos de la organización**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
	a	e	válido	acumulado
Válido Nunca	5	2,1	2,1	2,1
Casi nunca	31	13,1	13,1	15,3
Algunas veces	74	31,4	31,4	46,6
Casi siempre	91	38,6	38,6	85,2
Siempre	35	14,8	14,8	100,0
Total	236	100,0	100,0	



**Figura 22. Los trabajadores tienen definidos los objetivos de la organización**

**Análisis :** Un 38,56% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican casi siempre que los trabajadores tienen definidos los objetivos de la organización. Un 31,36% afirma que algunas veces. El 14,83% menciona que siempre. Un 13,14% casi nunca se hacen. Y el 2,12% nunca.

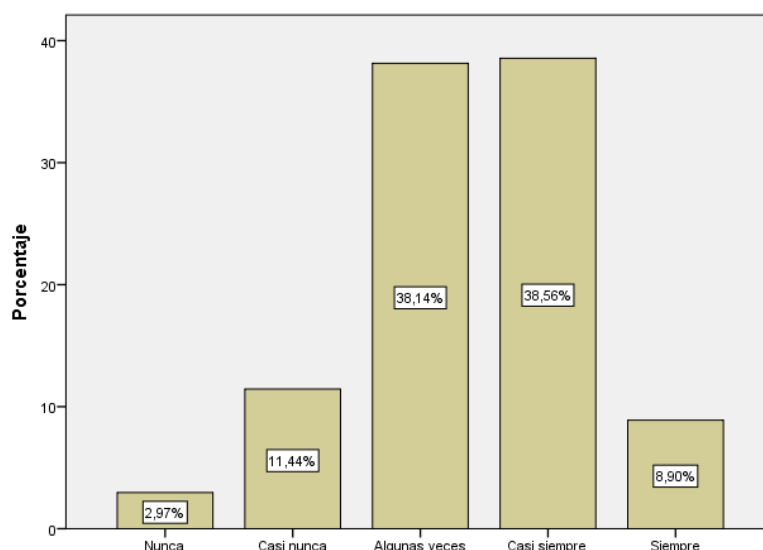
**Interpretación:** Casi la mitad de los encuestados afirman que casi siempre los trabajadores tienen definidos los objetivos de la organización del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa. Esto implica que no todos los miembros de la organización tienen definidos los objetivos de la institución y se puede dificultar en cumplir en la filosofía corporativa de la institución.

## Dimensión 2: Cultura Corporativa

**ITEM 8.** La administración de la organización promueve una cultura de valores en el desarrollo de las actividades laborales

**Tabla 23. La administración de la organización promueve una cultura de valores en el desarrollo de las actividades laborales**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Nunca	7	3,0	3,0	3,0
	Casi nunca	27	11,4	11,4	14,4
	Algunas veces	90	38,1	38,1	52,5
	Casi siempre	91	38,6	38,6	91,1
	Siempre	21	8,9	8,9	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 23.** La administración de la organización promueve una cultura de valores en el desarrollo de las actividades laborales

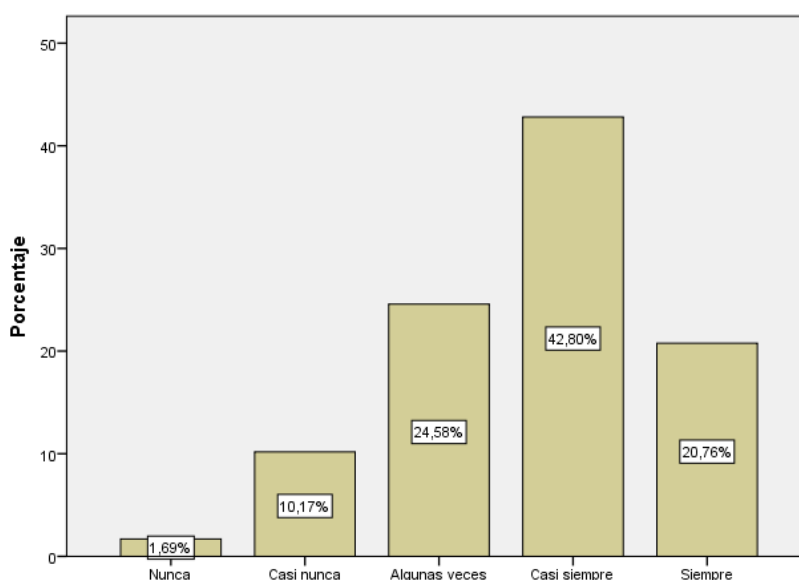
**Análisis:** Un 38,56% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre la administración de la organización promueve una cultura de valores en el desarrollo de las actividades laborales. Un 38,14% afirma que algunas veces. El 11,44% menciona que casi nunca. Un 8,90% siempre. Y el 2,97% nunca.

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados afirman que casi siempre la administración de la organización promueve una cultura de valores en el desarrollo de las actividades laborales en Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa. Esto implica que la administración de la institución la administración de la organización debe seguir trabajando en promover una cultura de valores para la institución pública.

**ITEM 9.** Los trabajadores o miembros recién incorporados aceptan las pautas culturales existentes de la organización

**Tabla 24. Los trabajadores o miembros recién incorporados aceptan las pautas culturales existente de la organización**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
c	Válido Nunca	4	1,7	1,7	1,7
	Casi nunca	24	10,2	10,2	11,9
	Algunas veces	58	24,6	24,6	36,4
	Casi siempre	101	42,8	42,8	79,2
	Siempre	49	20,8	20,8	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 24.** Los trabajadores o miembros recién incorporados aceptan las pautas culturales existentes de la organización

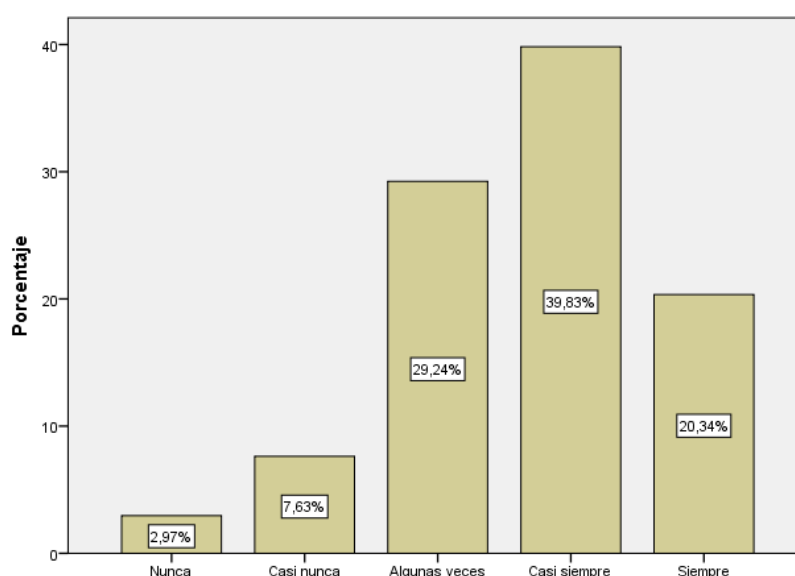
**Análisis:** Un 42,8% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre los trabajadores o miembros recién incorporados aceptan las pautas culturales existente de la organización. Un 24,58% afirma que algunas veces. El 20,76% menciona que siempre. Un 10,17% casi nunca y el 1,69% nunca.

**Interpretación:** Una considerable cantidad de los encuestados afirman que casi siempre los trabajadores o miembros recién incorporados aceptan las pautas culturales existente de la organización. Esto implica que no todos los nuevos miembros del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa se adaptan a la cultura corporativa de la institución

**ITEM 10.** La actuación de los directivos en el desempeño de sus funciones es en el marco de la buena práctica de valores éticos.

**Tabla 25. La actuación de los directivos en el desempeño de sus funciones es en el marco de la buena práctica de valores éticos.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
	a	e	válido	acumulado
Válido Nunca	7	3,0	3,0	3,0
Casi nunca	18	7,6	7,6	10,6
Algunas veces	69	29,2	29,2	39,8
Casi siempre	94	39,8	39,8	79,7
Siempre	48	20,3	20,3	100,0
Total	236	100,0	100,0	



**Figura 25.** La actuación de los directivos en el desempeño de sus funciones es en el marco de la buena práctica de valores éticos.

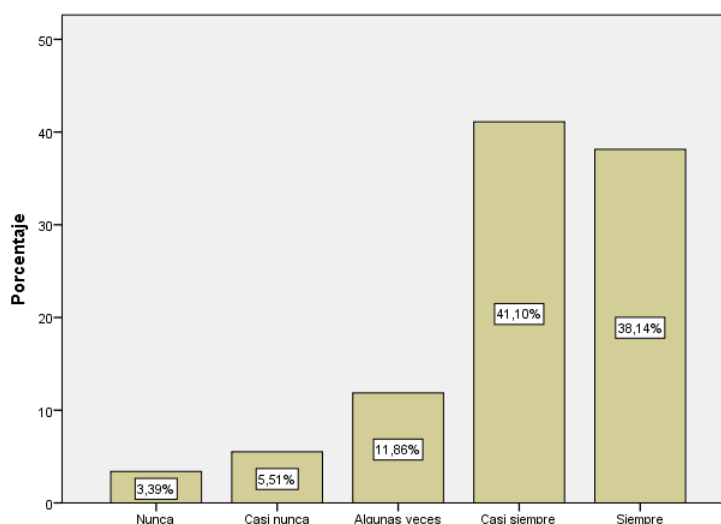
**Análisis:** Un 39,83% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre la actuación de la alta dirección (directores, jefes y encargados de áreas) es en el marco de la buena práctica de valores éticos. Un 29,24% afirma que algunas veces. El 20,34% menciona que siempre. Un 7,63% casi nunca. Y el 2,97% nunca.

**Interpretación:** Casi la mitad de los encuestados afirma que casi siempre la actuación de alta dirección (directores, jefes y encargados de áreas) es en el marco de la buena práctica de valores éticos. Esto implica que no todos los miembros de la alta dirección tienen la actuación de sus funciones en el marco de los valores éticos

**ITEM 11.** La conducta de los trabajadores es fundamental para el crecimiento de una organización

**Tabla 26. La conducta de los trabajadores es fundamental para el crecimiento de una organización**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		a	e		
Válido	Nunca	8	3,4	3,4	3,4
	Casi nunca	13	5,5	5,5	8,9
	Algunas veces	28	11,9	11,9	20,8
	Casi siempre	97	41,1	41,1	61,9
	Siempre	90	38,1	38,1	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 26.** La conducta de los trabajadores es fundamental para el crecimiento de una organización

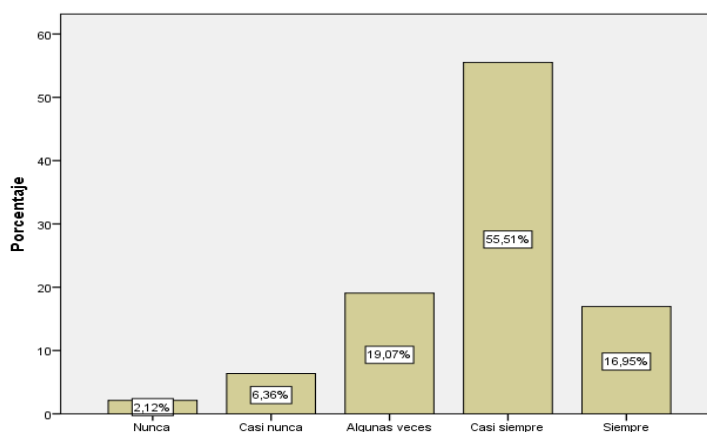
**Análisis :** Un 41,10% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre la conducta de los trabajadores es fundamental para el crecimiento de una organización. Un 38,14% afirma que siempre. El 11,86% menciona que algunas veces. Un 5,51% casi nunca. Y el 3,39% nunca.

**Interpretación:** Casi la mitad de los encuestados afirman que casi siempre la conducta de los trabajadores es fundamental para el crecimiento de una organización. Esto implica que los miembros de la organización tienen en cuenta de que su conducta es muy importante para el cumplimiento de lo que la institución quiere lograr.

**ITEM 12.** Durante el desempeño de labores, los trabajadores conocen los alcances y limitaciones de sus funciones

**Tabla 27. Durante el desempeño de labores, los trabajadores conocen los alcances y limitaciones de sus funciones**

		Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	2,1	2,1	2,1
	Casi nunca	15	6,4	6,4	8,5
	Algunas veces	45	19,1	19,1	27,5
	Casi siempre	131	55,5	55,5	83,1
	Siempre	40	16,9	16,9	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 27.** Durante el desempeño de labores, los trabajadores conocen los alcances y limitaciones de sus funciones

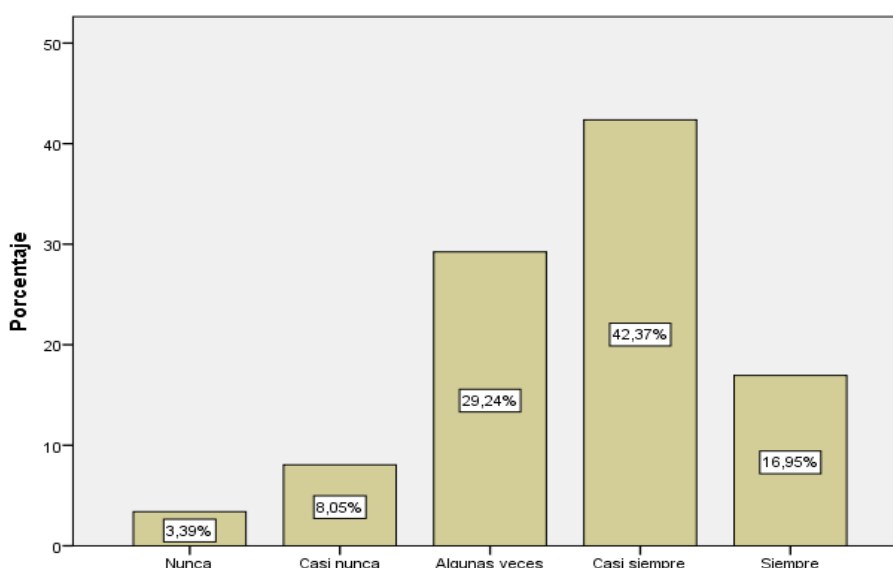
**Análisis :** Un 55,51% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre durante el desempeño de labores, los trabajadores conocen los alcances y limitaciones de sus funciones. Un 19,07% afirma que algunas veces. El 16,95 % menciona que siempre. Un 6,36% casi nunca. Y el 2,12% nunca.

**Interpretación:** Más de la mitad de los encuestados afirman que casi siempre el desempeño de labores, los trabajadores conocen los alcances y limitaciones de sus funciones del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa. Esto implica que se debe seguir infomando los alcances y limitaciones para que los miembros de la organización se desempeñen de manera eficaz.

**ITEM 13.** Las normas y directivas permiten regular la cultura corporativa sancionando o recompensando el desempeño laboral en la organización.

**Tabla 28. Las normas y directivas permiten regular la cultura corporativa sancionando o recompensando el desempeño laboral en la organización**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Nunca	8	3,4	3,4	3,4
	Casi nunca	19	8,1	8,1	11,4
	Algunas veces	69	29,2	29,2	40,7
	Casi siempre	100	42,4	42,4	83,1
	Siempre	40	16,9	16,9	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 28.** Las normas y directivas permiten regular la cultura corporativa sancionando o recompensando el desempeño laboral en la organización

**Análisis:** Un 42,37% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre las normas y directivas permiten regular la cultura corporativa sancionando o recompensando el desempeño laboral en la organización. Un 29,24% afirma que algunas veces. El 16,95% menciona que siempre. Un 8,05% casi nunca. Y el 3,39% nunca

**Interpretación:** Una considerable cantidad de los encuestados afirman que casi siempre las normas y directivas permiten regular la cultura corporativa sancionando o recompensando el desempeño laboral en la organización. Esto implica que la organización está pendiente de cómo sus miembros actúan para la institución, así poder decidir una sanción o una recompensa para los trabajadores de la organización

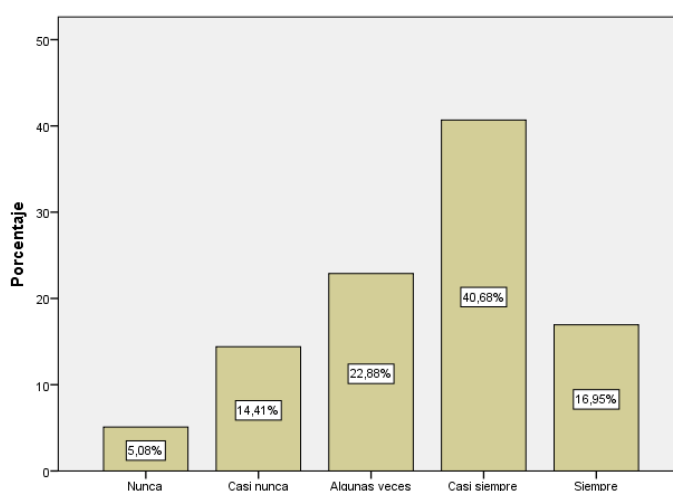


### Dimensión III: Identidad Visual

**ITEM 14.** Los trabajadores de la organización usan el uniforme institucional permanentemente.

**Tabla 29. Los trabajadores de la organización usan el uniforme institucional permanentemente.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	12	5,1	5,1	5,1
Casi nunca	34	14,4	14,4	19,5
Algunas veces	54	22,9	22,9	42,4
Casi siempre	96	40,7	40,7	83,1
Siempre	40	16,9	16,9	100,0
Total	236	100,0	100,0	



**Figura 29.** Los trabajadores de la organización usan el uniforme institucional permanentemente.

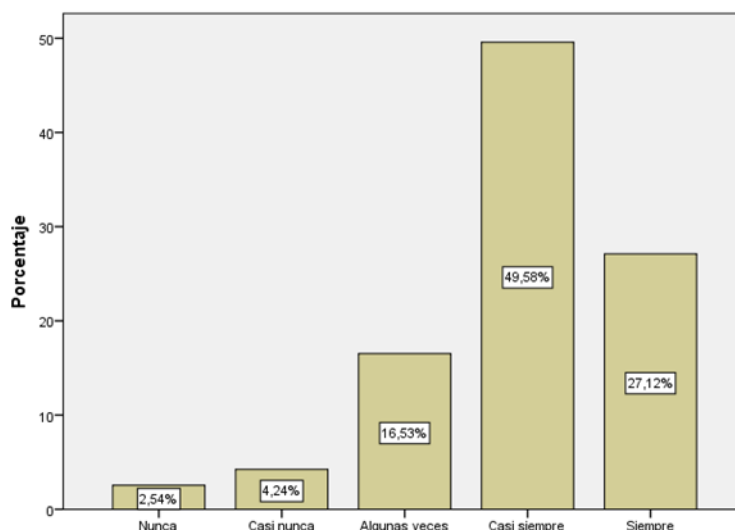
**Análisis :** Un 40,68% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre los trabajadores de la organización usan el uniforme institucional permanentemente. Un 22,88% afirma que algunas veces. El 16,95% menciona que siempre. Un 14,41% casi nunca. Y el 5,08% nunca.

**Interpretación:** Una considerable cantidad de encuestados afirman que casi siempre los trabajadores usan el uniforme permanentemente en el Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa. Esto implica que los uniformes son utilizados por casi la mayoría de los miembros de la organización por lo que reflejan algunos miembros que no se sienten identificados con sus uniformes institucionales.

**ITEM 15.** El logo institucional de la organización representa la personalidad de su institución

**Tabla 30. El logo institucional de la organización representa la personalidad de su institución**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Nunca	6	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	10	4,2	4,2	6,8
	Algunas veces	39	16,5	16,5	23,3
	Casi siempre	117	49,6	49,6	72,9
	Siempre	64	27,1	27,1	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 30.** El logo institucional de la organización representa la personalidad de su institución

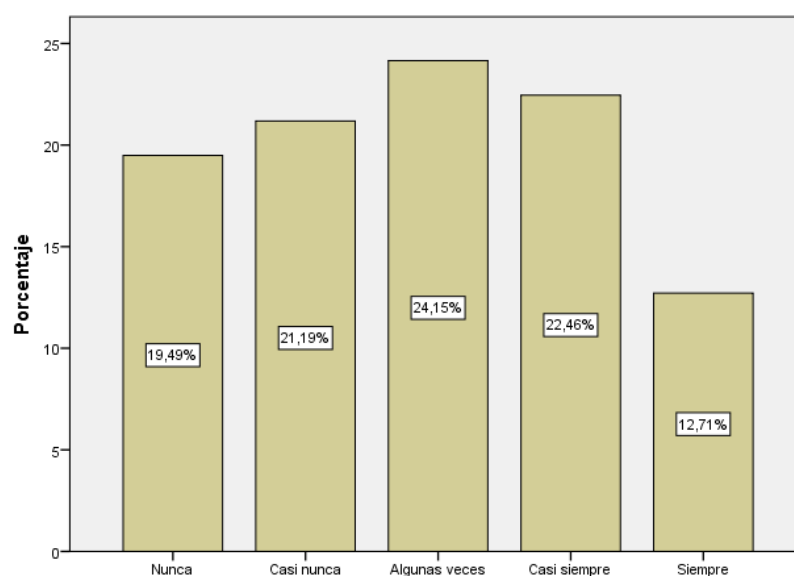
**Análisis:** Un 49,58% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que casi siempre el logo institucional de la organización representa la personalidad de su institución. Un 27,12% afirma que siempre. El 16,53% menciona que algunas veces. Un 4,24% casi nunca. Y el 2,54% nunca.

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados afirman que el logo institucional de la organización representa la personalidad del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa. Esto implica que el logo de la institución representa su personalidad

**ITEM 16.** La infraestructura que tiene su centro de trabajo es adecuada

**Tabla 31. La infraestructura que tiene su centro de trabajo es adecuada**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Nunca	46	19,5	19,5	19,5
	Casi nunca	50	21,2	21,2	40,7
	Algunas veces	57	24,2	24,2	64,8
	Casi siempre	53	22,5	22,5	87,3
	Siempre	30	12,7	12,7	100,0
	Total	236	100,0	100,0	



**Figura 31.** La infraestructura que tiene su centro de trabajo es adecuada

**Análisis:** Un 24,15% de los trabajadores encuestados del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores, indican que algunas veces la infraestructura que tiene su centro de trabajo es adecuada. Un 22,46% afirma que casi siempre. El 21,19% menciona que casi nunca. Un 19,49% siempre. Y el 12,71% nunca.

**Interpretación:** Una considerable cantidad de los encuestados afirman que algunas veces la infraestructura del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa es adecuada. Esto implica que se debe mejorar la parte de arquitectura corporativa que forma parte de la identidad visual de la organización para que se obtenga una adecuada infraestructura del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa.

## Prueba de Hipótesis

### HIPOTESIS GENERAL

Hi: Si existe una relación significativa entre la comunicación interna y la identidad corporativa en los trabajadores del hospital de Emergencia José Casimiro Ulloa-Miraflores-2017.

Ho: No existe una relación significativa entre la comunicación interna y la identidad corporativa en los trabajadores del hospital de Emergencia José Casimiro Ulloa-Miraflores-2017.

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	134,048 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitud	112,412	4	,000
Asociación lineal por lineal	94,312	1	,000
N de casos válidos	236		

a. 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,58.

### COMUNICACIÓN\_INTERNA (agrupado)\*IDENTIDAD\_CORPORATIVA (agrupado) tabulación cruzada

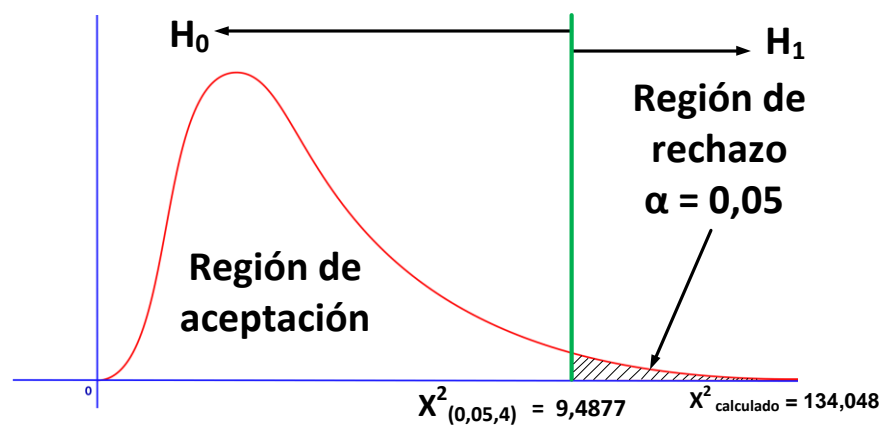
		Recuento			Total
		IDENTIDAD_CORPORATIVA (agrupado)			
		Nivel Bajo	Nivel Medio	Nivel Alto	
COMUNICACIÓN_INTERNA (agrupado)	Nivel Bajo	6	2	0	8
	Nivel Medio	10	74	16	100
	Nivel Alto	1	32	95	128
Total		17	108	111	236

$$gl = (\text{número de columnas} - 1) \times (\text{número de filas} - 1)$$

$$gl = (3-1) \times (3-1)$$

$$gl = (2) \times (2) = 4$$

Ya conociendo los valores del gl que en este caso es 4 y la significancia 0.05 (El valor de 0,05 = 5% es un valor establecido de acuerdo al nivel de confianza del 95%). Pasamos a identificar el valor del Chi cuadrado en una tabla de Distribución de Chi cuadrada.



En la lectura de la tabla el valor del  $X^2$  es 9.4877

$$X^2 \text{ calculado} > X^2 \text{ tabulado}$$

$$134,048 > 9.4877$$

Como podemos ver el valor  $X^2$  calculado es mayor al de  $X^2$  tabulado, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Hi: Si existe una relación significativa entre la comunicación interna y la identidad corporativa en los trabajadores del hospital de Emergencia José Casimiro Ulloa-Miraflores-2017.

## HIPOTESIS ESPECIFICA 1

Hi: Si existe una relación significativa entre la comunicación interna y la filosofía corporativa en los trabajadores del hospital de Emergencia José Casimiro Ulloa-Miraflores-2017.

Ho: No existe una relación entre la comunicación interna y la filosofía corporativa en los trabajadores del hospital de Emergencia José Casimiro Ulloa-Miraflores-2017.

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	108,181 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitud	105,674	4	,000
Asociación lineal por lineal	89,551	1	,000
N de casos válidos	236		

a. 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,05.

### COMUNICACIÓN\_INTERNA (agrupado)\*Filosofía\_Corporativa (agrupado) tabulación cruzada

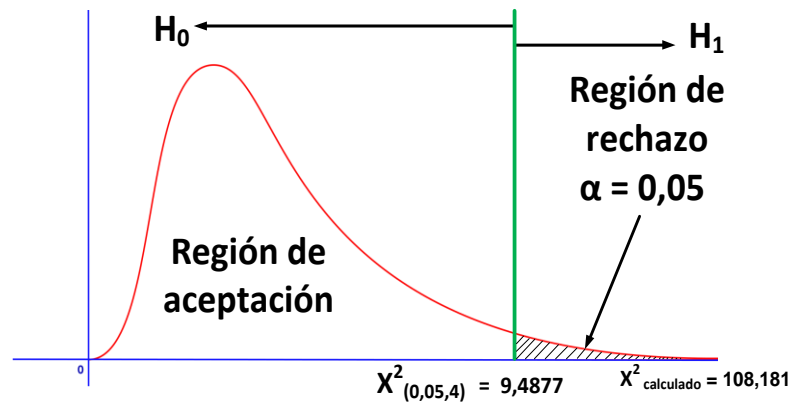
Recuento		Filosofía_Corporativa (agrupado)			Total
		Nivel Bajo	Nivel Medio	Nivel Alto	
COMUNICACIÓN_IN TERNA (agrupado)	Nivel Bajo	7	1	0	8
	Nivel Medio	23	60	17	100
	Nivel Alto	1	38	89	128
Total		31	99	106	236

$gl = (\text{número de columnas} - 1) \times (\text{número de filas} - 1)$

$gl = (3-1) \times (3-1)$

$gl = (2) \times (2) = 4$

Ya conociendo los valores del gl que en este caso es 4 y la significancia 0.05 (El valor de 0,05 = 5% es un valor establecido de acuerdo al nivel de confianza del 95%). Pasamos a identificar el valor del Chi cuadrado en una tabla de Distribución de Chi cuadrada.



En la lectura de la tabla el valor del  $X^2$  es 9.4877

**$X^2$  calculado >  $X^2$  tabulado**

$$108,181 > 9.4877$$

Como podemos ver el valor  $X^2$  calculado es mayor al de  $X^2$  tabulado, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Hi: Si existe una relación entre la comunicación interna y la Filosofía corporativa en los trabajadores del hospital de Emergencia José Casimiro Ulloa-Miraflores-2017.

## **HIPOTESIS ESPECÍFICA 2**

Hi: Si existe una relación significativa entre la comunicación interna y la cultura corporativa en los trabajadores del hospital de Emergencia José Casimiro Ulloa-Miraflores-2017.

Ho: No existe una relación significativa entre la comunicación interna y la cultura corporativa en los trabajadores del hospital de Emergencia José Casimiro Ulloa-Miraflores-2017.

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	107,278 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitud	78,853	4	,000
Asociación lineal por lineal	69,154	1	,000
N de casos válidos	236		

a. 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,41.

### COMUNICACIÓN\_INTERNA (agrupado)\*Cultura\_Corporativa (agrupado) tabulación cruzada

Recuento

		Cultura_Corporativa (agrupado)			Total
		Nivel Bajo	Nivel Medio	Nivel Alto	
COMUNICACIÓN_INT ERNA (agrupado)	Nivel Bajo	5	3	0	8
	Nivel Medio	6	69	25	100
	Nivel Alto	1	35	92	128
Total		12	107	117	236

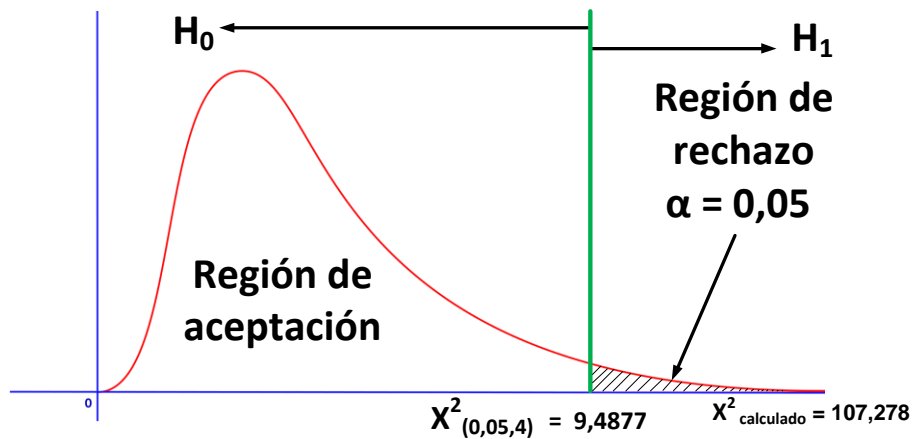
**gl = (número de columnas – 1) x (número de filas -1)**

**gl = (3-1) x (3-1)**

**gl = (2) x (2) = 4**

Ya conociendo los valores del gl que en este caso es 4 y la significancia 0.05 (El valor de 0,05 = 5% es un valor establecido de acuerdo al nivel de confianza del 95%). Pasamos a identificar el valor del Chi cuadrado en una tabla de Distribución de Chi cuadrada.





En la lectura de la tabla el valor del  $X^2$  es 9.4877

$$X^2 \text{ calculado} > X^2 \text{ tabulado}$$

$$107,278 > 9.4877$$

Como podemos ver el valor  $X^2$  calculado es mayor al de  $X^2$  tabulado, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Hi: Si existe una relación directa entre la comunicación interna y la cultura corporativa en los trabajadores del hospital de Emergencia José Casimiro Ulloa-Miraflores-2017.

### HIPOTESIS ESPECÍFICA 3

Hi: Si existe una relación significativa entre la comunicación interna y la identidad visual en los trabajadores del hospital de Emergencia José Casimiro Ulloa-Miraflores-2017.

Ho: No existe una relación entre la comunicación interna y la identidad visual en los trabajadores del hospital de Emergencia José Casimiro Ulloa-Miraflores-2017.

#### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	42,322 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitud	41,183	4	,000
Asociación lineal por lineal	35,170	1	,000
N de casos válidos	236		

a. 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,02.

**COMUNICACIÓN\_INTERNA (agrupado)\*Identidad\_Visual (agrupado)  
tabulación cruzada**

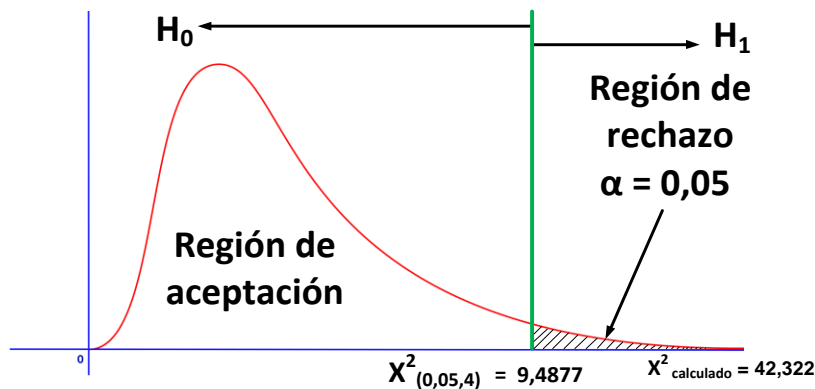
Recuento		Identidad_Visual (agrupado)			Total
		Nivel Bajo	Nivel Medio	Nivel Alto	
COMUNICACIÓN_IN TERNA (agrupado)	Nivel Bajo	4	3	1	8
	Nivel Medio	18	68	14	100
	Nivel Alto	8	58	62	128
Total		30	129	77	236

**gl = (número de columnas – 1) x (número de filas -1)**

**gl = (3-1) x (3-1)**

**gl = (2) x (2) = 4**

Ya conociendo los valores del gl que en este caso es 4 y la significancia 0.05 (El valor de 0,05 = 5% es un valor establecido de acuerdo al nivel de confianza del 95%). Pasamos a identificar el valor del Chi cuadrado en una tabla de Distribución de Chi cuadrada.



En la lectura de la tabla el valor del  $X^2$  es 9.4877

**$X^2$  calculado >  $X^2$  tabulado**

**$42,322 > 9.4877$**

Como podemos ver el valor  $X^2$  calculado es mayor al de  $X^2$  tabulado, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Hi: Si existe una relación significativa entre la comunicación interna y la identidad visual en los trabajadores del hospital de Emergencia José Casimiro Ulloa-Miraflores-2017.

#### **IV. DISCUSIÓN**

La presente investigación tuvo como objetivo principal, determinar la relación de la comunicación interna y la identidad corporativa en los trabajadores del Hospital de Emergencias “José Casimiro Ulloa” – Miraflores-2017, se comprobó la hipótesis general con el método estadístico del Chi<sup>2</sup> de Pearson que si existe una relación significativa en la comunicación interna y la identidad corporativa en los trabajadores. Estos resultados se afirma con la tesis de Castañeda (2014) : “ La influencia de la comunicación interna en la identidad corporativa de los públicos internos de la empresa de telecomunicaciones “Cable Visión Perú”, que realizo un estudio correlacional – casual y estudio la siguientes dimensiones en la variable de comunicación interna : La comunicación ascendente , descendente y horizontal y en la variable identidad corporativa tuvo como dimensiones : identidad visual e identidad conceptual , obteniendo como resultado que la comunicación interna influye significativamente en la identidad corporativa de los públicos internos de la empresa de telecomunicaciones “Cable Visión Perú”. Por lo tanto, podemos constatar la comunicación interna es el eje fundamental en todas las organizaciones para lograr una identidad corporativa en la organización.

Esta investigación tiene como primera hipótesis específica que si existe una relación entre comunicación interna y la filosofía corporativa en los trabajadores del hospital de emergencias “José Casimiro Ulloa”, entonces la filosofía debe ser clara y precisa para poder obtener una comunicación interna eficaz y estos resultados se obtuvieron con la afirmación de Capriotti que la filosofía se tiene que comunicar de forma fácil, clara y unívoca, ya que de esa manera todos los miembros de la compañía podrán reconocerla, interiorizarla y trasmitirla.

La segunda hipótesis específica que si existe relación entre la comunicación interna y la cultura corporativa en los trabajadores del Hospital de emergencias “ José Casimiro Ulloa” la variables comunicación interna y la dimensión cultura corporativa, donde comunicación interna cumple una función importante en la cultura corporativa ya que son los valores y la actitudes de la organización es así que estos resultados se afirman con la tesis de Roca(2012): “La relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de la Facultad de Ciencias de

Educación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga” donde sostiene que se desarrolla una comunicación interna desfavorable entonces también se desarrollara una cultura corporativa desfavorable , esta investigación tuvo como resultado que existe una relación significativa entre la comunicación interna y la cultura organizacional.

La tercera hipótesis específica en la investigación postula al que si existe una relación significativa en la entre la variable comunicación interna y dimensión identidad visual. En la cual se llegó a investigar que si existe una relación en la comunicación interna y la identidad corporativa en los trabajadores del Hospital “José Casimiro Ulloa”- Miraflores-2017. Es decir que la comunicación entre los miembros aporta a la identidad visual de una organización entonces estos resultados se afirma con los autores Sánchez y Pintado que consideran que la identidad visual como la forma de “conseguir una unidad de comunicación en todos y cada uno de los elementos o partes en que una empresa puede fraccionarse, llegando así a cumplir dos condiciones básicas: alcanzar un nivel de representatividad optima de la empresa”.

## V. CONCLUSIONES

La comunicación interna se relaciona significativamente con identidad corporativa en los trabajadores del Hospital de Emergencias “José Casimiro Ulloa”. Es decir que, si existe una relación significativa entre comunicación interna y la identidad corporativa, estas dos variables están presente en la gestión de la organización así que si una se desarrolla de manera eficaz y correcta entonces la otra variable pasara lo mismo y se cumplirán los objetivos propuestos por la organización e identificar a la organización como un Hospital cumpliendo sus funciones efectivamente de casos de emergencias.

La comunicación interna se relaciona significativamente con la filosofía corporativa en los trabajadores del Hospital de Emergencias “ José Casimiro Ulloa” , entonces si existe una relación entre la variable comunicación interna y la filosofía corporativa, entonces si existe buena comunicación estaría presente eficazmente la filosofía corporativa , que debe a su vez deben ser claras y precisas para que la organización cumplan con la misión y visión del Hospital de Emergencias “ José Casimiro Ulloa”.

Según los resultados obtenidos en la validación de hipótesis general , tenemos como segunda hipótesis específica que si existe una relación entre la comunicación interna y la cultura corporativa, donde si se tiene una buena comunicación interna entonces tendremos una buena cultura o viceversa para la organización , y así los trabajadores incorporados acepten las pautas culturales existente de la organización y exista un buen trabajo en equipo en el Hospital de Emergencias “José Casimiro Ulloa”.

La comunicación interna si tiene relación con la identidad visual, concluyendo que con una correcta comunicación entre los miembros del hospital y participando en las reuniones que realice el área de cada trabajador es un apoyo para la identidad visual de la organización por lo que va considerar las ideas innovadoras por el público interno y así tomarlas en cuenta para la identidad visual del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa”

## **VI. RECOMENDACIONES:**

Se recomienda que el Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa se debe manejar una buena comunicación interna para el cumplimiento de la identidad corporativa, para así los trabajadores se sientan identificado con la organización y sea más fácil trabajar en equipo.

Se recomienda que los trabajadores del Hospital de emergencias José Casimiro Ulloa se comuniquen de manera eficaz para cumplir con la misión y visión de la entidad, y a los encargados de cada área es decir los jefes incentiven a los trabajadores a participar activamente en el cumplimiento de la misión y visión de la organización.

Es importante que los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa, participen en las actividades y reuniones que realice la alta dirección para los miembros del hospital, para así reforzar y mejorar la cultura corporativa de la entidad pública y a la vez no tomar en cuenta aquellos rumores negativos que afecten la cultura de la organización.

Por último, se les recomienda a los trabajadores del Hospital de emergencias José Casimiro Ulloa a contribuir con sus opiniones para el mejoramiento y reforzamiento de la identidad visual, ya que es lo primero como institución o entidad se muestra ante el público, todos los trabajadores son los representate de lo que muestren visualmente la organización.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

- Arias O., F. (2012). *El proyecto de la investigación. Introducción a la metodología científica*. (6.a ed.).Venezuela: Editorial Episteme.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. España: Netbiblo, S.L.
- Apolo, D., Murillo, M. y Garcia, G. (2014). *Comunicación 360: herramientas para la gestión de comunicación interna e identidad*. Ecuador. Fcsc editorial.
- Bendezu, S. (2016). "La comunicación interna y su incidencia en el fortalecimiento de la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de la Perla, Callao". Recuperado de : [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/4942/3/Bendezu\\_ts.pdf](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/4942/3/Bendezu_ts.pdf)
- BOZA, B. (2011). *Buenas Prácticas en Gestión Pública, Sistemas de Gestión Interna*. Perú: CAD. Obtenida el 15 de julio de 2013. Recuperado de : [http://www.ciudadanosaldia.org/images/investigacion\\_y\\_publicaciones/publicaciones\\_cad/2011/sistemas\\_de\\_gestion\\_interna/Manual\\_BPG\\_Sistemas\\_de\\_Gestion\\_Interna.pdf](http://www.ciudadanosaldia.org/images/investigacion_y_publicaciones/publicaciones_cad/2011/sistemas_de_gestion_interna/Manual_BPG_Sistemas_de_Gestion_Interna.pdf)
- Boland, L. et al. (2007). *Funciones de la administración. Teoría y práctica*. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur.
- Bonome, A. (2010): *La racionalidad en la toma de decisiones: Análisis de la teoría de Hebert A. Simon*. Recuperado de : [https://books.google.com.pe/books?id=Pf1\\_uO6824AC&pg=PA209&dq=La+comunicaci%C3%B3n+oral+entendida+como+aquella+que+se+da+entre+los+individuos+y+sus+superiores+inmediatos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj9m9imxMfXAhWC7iYKHXAAbBCoQ6AEIJTAA#v=onepage&q=La%20comunicaci%C3%B3n%20oral%20entendida%20como%20aquella%20que%20se%20da%20entre%20los%20individuos%20y%20sus%20superiores%20inmediatos&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=Pf1_uO6824AC&pg=PA209&dq=La+comunicaci%C3%B3n+oral+entendida+como+aquella+que+se+da+entre+los+individuos+y+sus+superiores+inmediatos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj9m9imxMfXAhWC7iYKHXAAbBCoQ6AEIJTAA#v=onepage&q=La%20comunicaci%C3%B3n%20oral%20entendida%20como%20aquella%20que%20se%20da%20entre%20los%20individuos%20y%20sus%20superiores%20inmediatos&f=false)
- Castañeda, L. (2014): *Influencia de la comunicación interna en la identidad corporativa de los públicos internos de la empresa de telecomunicaciones "Cable Visión Perú"*. Recuperado de:



:[http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/594/Leydi\\_Tesis\\_ba-chiller\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/594/Leydi_Tesis_ba-chiller_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

---

De Castro, A. (2014). *Comunicación organizacional, técnicas y estrategias*. Barranquilla: Universidad del Norte.

Capriotti P.,P. (2009). *Branding Corporativo, fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Chile: Business School Universidad Mayor.

Capriotti,P.(2013): *Planificación Estratégica de la Imagen corporativa*.(4ta.ed.).España: Ariel

CHIANG, M. (2012). *Comunicación Interna – Dirección y Gestión de Empresas*. Málaga, España : Editorial Vértice

Cegarra,J.(2012). *Los métodos de investigación*. España: Editorial Díaz de Santos,S.A.

Dasi,F.y Martínez,R.(2000): *Comunicación y Negocio Comercial*. Recuperado de : <https://books.google.com.pe/books?id=cwRsIM2UvdAC&pg=PA69&dq=comunicacion+horizontal&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwivttivmeHWAhXBQiYKHd4JAmkQ6AEIPzAF#v=onepage&q=comunicacion%20horizontal&f=false>

Del Pozo, M.(2015). *Gestión de la comunicación interna en la organizaciones*.(3era.ed.).España: Ediciones Navarra, S.A.

Estanyol, E., Garcia, E. y Lalueza, F.(2016). *¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?*.España.Editorial UOC.

Fernández, C.(2014). *La Comunicación en las organizaciones*.(3ª Ed).México: Trillas.

Hodgestts, R y Bowditch,J.(1980).*El comportamiento humano en la organización*.Mexico.Ed.Interamericano.

Kreps, Gary. (1995). *La comunicación en las organizaciones*. (2da.ed). Delaware. USA , Edit. Addison-Wesley Iberoamericana.

Kuznik *et al* (2010): El uso de la encuesta de tipo social en traductología: características metodológicas. Recuperado de : [http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/23829/Kuznik\\_Uso.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/23829/Kuznik_Uso.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Garcia, S. (1994): *La introducción a la economía de la empresa*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=Lo10xtQ3D0kC&printsec=frontcover&dq=garcia+filosofia+corporativa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi8xJXGh-fWAhWJWCYKHQfJDtMQ6AEIJTAA#v=onepage&q=garcia%20filosofia%20corporativa&f=false>

Goldhaber, G. (1988). *Comunicación Organizacional*. Mexico. Ed. Diana.

Lucas Marín, A. (1997) *.La Comunicación en las empresas y en las organizaciones*. Barcelona: Colección Bosch Comunicación.

Lozada, J. (2014). *Investigación Aplicada: Definición , Propiedad Intelectual e Industria*. Recuperado de: <file:///C:/Users/PC%2027/Downloads/Dialnet-InvestigacionAplicada-6163749.pdf>.

Lucio, E. (2005). *Presentaciones e imagen: un recurso estratégico para la venta*. España: Ideas Propias Editorial.

Meza L., J. (2016). *Comunicación estratégica: diseño de la identidad corporativa*. Recuperado de : <https://books.google.com.pe/books?id=l36PDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Comunicaci%C3%B3n+estrat%C3%A9gica:+dise%C3%B1o+de+la+identidad+corporativa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjezuPWxlzVAhVDxSYKHyl1AjoQ6AEIITAA#v=onepage&q=Comunicaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gi>

ca%3A%20dise%C3%B1o%20de%20la%20identidad%20corporativa&f=false.

Martínez Guillén, M. (2003). *La gestión empresarial, equilibrando objetivos y valores*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Morales, F. (2001). *Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional*. Interamericana. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Pérez, H. et al. (2015). *Comunicación y atención al cliente*. España: McGraw-Hill

Puchol, J. (2007). *Dirección y gestión de recursos humanos* (7ª Ed). España. Ediciones Díaz Santo, S.A.

Pimienta, M. (2008-2009). *La auditoría de la comunicación interna*. Recuperado de :  
<http://repositorio.umaza.edu.ar/bitstream/handle/00261/53/La%20auditor%C3%ADa%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20interna.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sanchez, J. Y Pintado, T. (2009). *Imagen Corporativa*. Madrid: Edic Editorial.

ROCA, Sheila (2012) *Relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga*, 152 h.  
[http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1689/1/roca\\_gs.pdf](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1689/1/roca_gs.pdf)

Rusque, M. 2003. *De la diversidad a la unidad en la investigación cualitativa*. Caracas: Vadell Hermanos Editores.

Soria M., V. (2004). *Relaciones Humanas*. (2.a ed.). México: Limusa.

Velazquez, M. (2012). *MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA NORTH AMERICAN INTERNATIONAL, C.A. UBICADA EN EL MUNICIPIO SAN DIEGO, ESTADO CARABOBO*. Venezuela: Universidad José Antonio Páez Facultad Ciencias Sociales Escuela de mercadeo mercadeo.

Villafañe, J. (2008). *La gestión profesional de la imagen*

corporativa.España:Piramide.

# ANEXOS

Andrea4.sav [Conjunto\_de\_datos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 39 de 39 variables

	item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10	item11	item12	item13	item14	item15	ite1	ite2	ite3	ite4	ite5	ite6	ite7	ite8	ite9	ite10	ite11	ite12	ite13	ite14	ite15	ite16	IDI	AC	P
1	3	2	3	3	2	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3			
2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	3	3	3			
3	2	3	3	2	2	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3		
4	3	3	3	4	4	5	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	3	4	4	5			
5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5			
6	4	4	3	4	3	4	4	4	3	5	3	5	2	2	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	2	5	4	5	3	5	3			
7	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3			
8	3	2	1	2	4	4	3	2	3	1	2	3	2	2	1	2	2	1	3	3	2	1	2	2	5	4	3	1	2	5	3			
9	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	5	5	5		
10	3	2	3	3	2	3	1	3	2	3	3	3	2	3	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2			
11	4	4	3	2	3	1	2	3	2	4	2	3	2	4	3	4	3	1	3	2	4	1	3	2	4	1	3	2	4	2	3			
12	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4			
13	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4			
14	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3			
15	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3			
16	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3			
17	2	3	3	4	3	4	2	2	2	3	2	2	2	3	2	4	3	4	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	4	2			
18	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3			
19	1	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	3	5	4	4	4	5	1			
20	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	1			
21	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	1	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1			

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

6:35 p. m. 9/10/2017

Andreea4.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 39 de 39 variables

	item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10	item11	item12	item13	item14	item15	ite1	ite2	ite3	ite4	ite5	ite6	ite7	ite8	ite9	ite10	ite11	ite12	ite13	ite14	ite15	ite16	ID
216	3	2	2	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	5	2	3	3	3	5	3	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4	3	
217	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	
218	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	1	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1	
219	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	
220	5	5	5	1	3	5	3	1	1	3	3	2	5	5	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	1	
221	3	2	2	2	2	3	3	3	4	3	3	2	1	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	1	
222	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	1	5	1	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	1	
223	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	
224	3	3	3	2	3	4	3	2	3	2	4	3	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	1	
225	5	5	4	5	4	3	3	3	3	4	4	3	2	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	5	4	4	5	4	4	
226	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	4	3	
227	3	3	3	2	2	2	2	2	4	4	2	3	2	5	4	2	1	2	2	1	2	2	1	4	2	5	1	3	2	5	3	
228	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	
229	5	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	3	4	4	4	
230	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	1	3	2	
231	4	3	4	4	3	3	2	2	2	2	4	3	4	2	2	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	5	4	4	3	4	3	
232	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	4	3	1	2	2	
233	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	5	4	4	4	
234	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	
235	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	1	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	3	4	1	
236	4	3	3	3	3	4	3	3	5	3	4	3	1	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	3	2	4	1	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

6:36 p. m. 9/10/2017

"Año del Buen Trato Al Ciudadano"

Miraflores, 27 de Setiembre del 2017

**CARTA**

Señor:  
**M.C. ENRIQUE ELADIO GUTIERREZ YOZA**  
Director General  
HOSPITAL DE EMERGENCIA JOSE CASIMIRO ULLOA



Presente.-

ASUNTO: **AUTORIZACION PARA APLICACIÓN O EJECUCION DE INSTRUMENTO ESTADISTICO (ENCUESTA)**

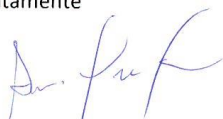
Previo Cordial saludo.

Por medio de la presente yo, **KATHERINE ANDREA CARRASCO CHIRITO** con D.N.I. N° 74314566, estudiante de la Universidad Cesar Vallejo en la facultad de Ciencias de la Comunicación, del cual me encuentro cursando el X ciclo, me dirijo a Ud. de la manera más respetuosa para concebir su consentimiento, permiso o autorización para permitirme realizar unas encuestas en el Hospital de Emergencias "José Casimiro Ulloa".

Estas encuestas serán para mi tesis "**La Relación de la Comunicación interna y la Identidad Corporativa de los trabajadores del Hospital de Emergencias "José Casimiro Ulloa"-Miraflores-2017**", la cual me permitirá tener mayor conocimiento para así poder contribuir con en el mejoramiento de las áreas comunicacionales en las instituciones Públicas o Privadas.

De antemano agradezco su atención.

Atentamente

  
**Katherine Andrea Carrasco Chirito**  
**D.N.I. N° 74314566**



PERÚ

Ministerio  
de Salud

Hospital de Emergencias  
"José Casimiro Ulloa"

Oficina de Apoyo a la  
Docencia e Investigación

"AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO"

Miraflores, 28 de setiembre 2017

Señor Decano

**DENNIS JAVIER VARGAS MARIN**

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Universidad Cesar Vallejo

Av. Alfredo Mendiola 6232 Los Olivos

Teléfono (01) 2024342

Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirme a usted, para hacerle llegar un cordial saludo y a la vez comunicar que se autoriza a la señorita **KATHERINE ANDREA CARRASCO CHIRITO**, alumna de vuestra casa de estudios a, a fin de ejecutar las encuestas para su tesis, la cual lleva por título "La relación de la comunicación interna y la identidad corporativa de los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa Miraflores 2017"

Hago propicia la oportunidad para reiterarles los sentimientos de consideración u estima.

Atentamente,

MINISTERIO DE SALUD  
Hospital de Emergencias "José Casimiro Ulloa"

**RAUL MINGOSTROZA CASTILLO**  
Jefe de la Oficina de Apoyo a la Docencia e Investigación  
C.M.P. 17758 R.N.F. 7875

www.hejcu.gob.pe

Av. Roosevelt N°6355 – 6357  
Miraflores – Lima 18, Perú  
Telf: 2040900 anexo 242



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: Peñes Otero Alejandro

Título y/o Grado: Magister (\*)

Ph. D.....( ) | Doctor.....( ) | Magister....(\*) | Licenciado....( ) | Otros. Especifique

Universidad que labora: UCU (\*) E. Potosí

Fecha: 24-9-2017

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

.....  
 .....  
 .....

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 comunicación interna e imagen corporativa

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?	✓		
<b>TOTAL</b>		10	1	

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

NOMBRE Y APELLIDOS

Alejandro Peñes Otero

FIRMA

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

2

Apellidos y nombres del experto: Marcelo Cortiño Henry Marcelo

Título y/o Grado: Mg. Investigador

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

Universidad que labora: UN JFSC

Fecha: 27

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

La Relación de la comunicación interna y la identidad corporativa de los trabajadores del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulla Miraflores - 2017

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 comunicación interna e identidad corporativa

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?	/		
<b>TOTAL</b>				

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS

  
 \_\_\_\_\_  
 FIRMA

3

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: Verástegui Pa redes

Título y/o Grado: Licenciado y Bachiller en Ciencias de La Comunicación

Ph. D.....( ) Doctor.....( ) Magister....( ) Licenciado....(✓) Otros. Especifique

Universidad que labora: U.N. José Faustino Sánchez Carrión

Fecha: 3-Oct.-2017

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

“La Relación de la comunicación interna y la identidad corporativa de los Trabajadores del Hospital de emergencias “José Casimiro Uricós Miraflores” - 2017”

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 comunicación interna e identidad corporativa

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?	✓		<i>En dos casos, está mal usado el número</i>
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?	✓		
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>	<b>1</b>	

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS

  
 \_\_\_\_\_  
 FIRMA

## CUESTIONARIO PARA MEDIR LA VARIABLE COMUNICACIÓN INTERNA

El presente cuestionario forma parte de un trabajo de investigación titulado LA RELACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA EN LOS TRABAJADORES DEL HOSPITAL DE EMERGENCIAS JOSÉ CASIMIRO ULLOA – MIRAFLORES-2017, el mismo que tiene como propósito determinar la Relación de la Comunicación Interna y la Identidad Corporativa en los trabajadores del hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores-2017, para lo cual es necesaria su colaboración y apoyo, respondiendo a todas las preguntas con sinceridad.

### Instrucciones:

- Sírvase responder a todas las preguntas marcando con un aspa (X) la alternativa que crea usted conveniente.
- La calificación es la siguiente:

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca

Personal	
Administrativo	Asistencial

N°	Ítem	Escala de medición					Valor
		5	4	3	2	1	
<b>Dimensión 1: Comunicación Formal</b>							
01	En la organización se practica reuniones periódicas con su jefe de área						
02	Dentro de la organización un técnico hace sugerencias a su jefe de área						
03	A su percepción, los informes elevados a la alta dirección son implementados o tomados en cuenta para superar problemas de funcionamiento de su área de trabajo						
04	Las directivas internas relacionadas a su puesto de trabajo son claras y precisas						
05	Las decisiones relacionadas a su puesto de trabajo son acertadas y facilitan su desempeño laboral						
06	Es responsabilidad de la alta dirección (directores, jefes y encargados de áreas) difundir los procedimientos de la organización						
07	La organización propicia reuniones técnicas entre personal de la mismas categoría profesional						
08	La organización implementa los acuerdos de las reuniones técnicas realizadas por profesionales del mismo nivel jerárquico						
09	La reunión entre profesionales de mismo nivel jerárquico permite compartir información relevante de la organización entre colegas						
10	Las coordinaciones directas entre jefes de departamentos son eficaces y permite solucionar problemas de organización						
11	Durante el desempeño de labores, se coordina permanente entre trabajadores de la misma categoría profesional.						
12	La decisión del comité de gestión realizadas por los jefes de departamentos ayuda a los logros y aciertos en la organización						
<b>Dimensión 2 : Comunicación Informal</b>							
13	Los rumores dentro de la organización no son tomados en cuenta						
14	Los rumores sobre la estabilidad laboral circulan constantemente						
15	Los canales de comunicación formal proporcionan la suficiente información sobre temas relevantes de la organización						

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## CUESTIONARIO PARA MEDIR LA VARIABLE IDENTIDAD CORPORATIVA

El presente cuestionario forma parte de un trabajo de investigación titulado LA RELACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE LOS TRABAJADORES DEL HOSPITAL DE EMERGENCIAS JOSÉ CASIMIRO ULLOA – MIRAFLORES-2017, el mismo que tiene como propósito determinar la relación comunicación interna en la identidad corporativa en los trabajadores del hospital de emergencias José Casimiro Ulloa – Miraflores-2017, para lo cual es necesaria su colaboración y apoyo, respondiendo a todas las preguntas con sinceridad.

### Instrucciones:

- Sírvase responder a todas las preguntas marcando con un aspa (X) la alternativa que crea usted conveniente.
- La calificación es la siguiente:

5					4					3					2					1				
Siempre					Casi siempre					Algunas veces					Casi nunca					Nunca				

Personal									
Administrativo					Asistencial				

N°	Ítem	Escala de medición					valor
		5	4	3	2	1	
<b>Dimensión 1: Filosofía Corporativa</b>							
01	A su percepción, la visión del sector refleja la realidad que pretende alcanzar la organización						
02	Dentro de la organización el jefe de departamento comunica periódicamente los objetivos institucionales especificados en la visión de la organización.						
03	A su percepción, la organización trabaja en función al cumplimiento de los objetivos propuestos en la visión del Sector						
04	La misión de la organización es clara, precisa y estructurada						
05	Los jefes de departamento instruyen a los trabajadores a participar activamente en el cumplimiento de la misión de la organización.						
06	Se toman en cuenta las sugerencias de los trabajadores para la determinación de las metas institucionales						
07	Los trabajadores tienen definidos los objetivos de la organización						
<b>Dimensión 2: Cultura Corporativa</b>							
08	La administración de la organización promueve una cultura de valores en el desarrollo de las actividades laborales						
09	Los trabajadores o miembros recién incorporados aceptan las pautas culturales existente de la organización						
10	La actuación de los directivos en el desempeño de sus funciones es en el marco de la buena práctica de valores éticos.						
11	La conducta de los trabajadores es fundamental para el crecimiento de una organización						
12	Durante el desempeño de labores, los trabajadores conocen los alcances y limitaciones de sus funciones						
13	Las normas y directivas permiten regular la cultura corporativa sancionando o recompensando el desempeño laboral en la organización.						
<b>Dimensión 3: Identidad Visual</b>							

14	Los trabajadores de la organización usan el uniforme institucional permanentemente.						
15	El logo institucional de la organización representa la personalidad de su institución						
16	La infraestructura que tiene de su centro de trabajo es adecuada						

GRACIAS POR SU COLABORACION

Alfa-Andrea.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

21 - ítem4 Visible: 31 de 31 variables

	ítem1	ítem2	ítem3	ítem4	ítem5	ítem6	ítem7	ítem8	ítem9	ítem10	ítem11	ítem12	ítem13	ítem14	ítem15	ítem1	ítem2	ítem3	ítem4	ítem5	ítem6	ítem7	ítem8	ítem9	ítem10	ítem11	ítem12	ítem13
1	3	2	3	3	2	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3
2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
3	2	3	3	2	2	2	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	5	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5
5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
6	4	4	3	4	3	4	4	4	3	5	3	5	2	2	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	2	5	4	
7	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	
8	3	2	1	2	4	4	3	2	3	1	2	3	2	2	1	2	2	1	3	3	2	1	2	2	5	4	3	
9	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	
10	3	2	3	3	2	3	1	3	2	3	3	3	2	3	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	
11																												
12																												
13																												
14																												
15																												
16																												
17																												
18																												
19																												
20																												
21																												
22																												
23																												

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

07:59 p.m. 04/10/2017

Alfa-Andrea.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	ítem1	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
2	ítem2	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
3	ítem3	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
4	ítem4	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
5	ítem5	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
6	ítem6	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
7	ítem7	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
8	ítem8	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
9	ítem9	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
10	ítem10	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
11	ítem11	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
12	ítem12	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
13	ítem13	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
14	ítem14	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
15	ítem15	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
16	ítem1	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
17	ítem2	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
18	ítem3	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
19	ítem4	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
20	ítem5	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
21	ítem6	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
22	ítem7	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
23	ítem8	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
24	ítem9	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada
25	ítem10	Numérico	8	0		{1, Nunca}...	Ninguna	4	Derecha	Escala	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

08:00 p.m. 04/10/2017

**Resumen de procesamiento de casos**

Casos	Válido	Excluido <sup>a</sup>	Total	N	%
	10	0	10	100,0	
	0	0	0	0,0	
	10	0	10	100,0	

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,968	15

**Estadísticas de elemento**

	Media	Desviación estándar	N
item1	3,00	,943	10
item2	2,60	,699	10
item3	2,50	1,080	10
item4	2,70	1,160	10
item5	2,80	1,398	10
item6	3,10	1,524	10
item7	2,90	1,370	10
item8	2,70	1,160	10
item9	2,80	1,135	10

**Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
item1	38,90	214,322	,652	,968
item2	39,30	218,233		
item3	39,40	205,156		
item4	39,20	201,733	,915	,964
item5	39,10	201,656	,745	,967
item6	38,80	197,067	,791	,967
item7	39,00	200,889	,784	,966
item8	39,20	201,733	,915	,964
item9	39,10	203,656	,872	,965
item10	39,00	197,778	,818	,966
item11	39,00	200,889	,910	,964
item12	38,90	201,211	,799	,966
item13	39,20	202,844	,808	,966
item14	39,30	208,678	,753	,967
item15	39,20	198,400	,876	,965

Efectúe una doble pulsación para activar



ESTÁS VIENDO: INICIO > DESARROLLO DE PROYECTO 2017- II

¡Bienvenido a la página de inicio de su nueva clase! Podrás ver todos los ejercicios de tu clase en la página principal de tu clase, así como ver información adicional acerca de los ejercicios, entregar tu trabajo y tener acceso a los comentarios para tus trabajos. ✕

Mueve el cursor sobre cualquier elemento de la página principal de la clase para ver más información.

#### Página de Inicio de la clase

Esta es la página de inicio de su clase. Para entregar un trabajo, haga clic en el botón de "Entregar" que está a la derecha del nombre del ejercicio. Si el botón de Entregar aparece en gris, no se pueden realizar entregas al ejercicio. Si está permitido entregar trabajos más de una vez, el botón dirá "Entregar de nuevo" después de que usted haya entregado su primer trabajo al ejercicio. Para ver el trabajo que ha entregado, pulse el botón "Ver". Una vez la fecha de publicación del ejercicio ha pasado, usted también podrá ver los comentarios que le han dejado en el trabajo haciendo clic en el botón "Ver".

#### Bandeja de entrada del ejercicio: DESARROLLO DE PROYECTO 2017- II

	Información	Fechas	Similitud	
DESARROLLO DE PROYECTO 2017- II		Comienzo 14-nov.-2017 9:40PM Fecha de entrega 10-dic.-2017 11:59PM Publicar 10-dic.-2017 12:00AM	26%	<a href="#">Entregar de nuevo</a> <a href="#">Ver</a>