



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Desarrollo de la Imagen Corporativa en el Rol del
Público Interno del Hospital III EsSalud Red Asistencial
Ancash**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

MAESTRA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

AUTORA:

Br. Jhoselyn Pamela Vásquez Otiniano

ASESOR:

Mg. Luis Javier Aliaga Loyola

SECCIÓN:

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

PERÚ - 2016

Página del Jurado

Dedicatoria

A Dios por darme fuerzas y sabiduría que necesitaba para emprender en este trabajo. A mis padres Dimas y Violeta quienes me apoyaron en todo momento y en cada paso de mi vida. A mi abuelita Trinidad y Manuel a quienes tengo presente siempre. A mi tía Doris gracias por sus consejos de lucha a lo largo de esta investigación. Y a la persona que me da aliento para esforzarme cada día en lo que realizo, gracias amor.

Jhoselyn Vásquez Otiniano

Agradecimiento

Un agradecimiento especial al Mg. Aliaga Loyola Luis Javier, por su apoyo, comprensión y dedicación a lo largo de la presente investigación, por sus conocimientos y su tiempo.

Al Lic. Sachún Leal José Luis por su apoyo en las gestiones internas del Hospital III EsSalud.

Al personal del Hospital Base EsSalud que colaboraron en la realización de las encuestas.

A las personas que contribuyeron a hacer posible el presente trabajo de investigación, brindando las facilidades para la realización del mismo.

LA AUTORA

Declaratoria de Autenticidad

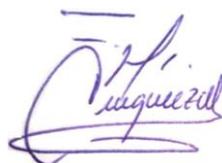
PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

De acuerdo a los lineamientos técnicos y normativos del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo de Trujillo, pongo a vuestra disposición, y elevado criterio profesional, el presente trabajo de Investigación titulado: “Desarrollo de la Imagen Corporativa en el Rol del Público Interno del Hospital III EsSalud Red Asistencial Ancash”

Dejamos a vuestro elevado criterio la evaluación que merezca la presente investigación, con la que pretendemos obtener el Título Profesional en Magíster en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa.

Trujillo, Octubre del 2016

A handwritten signature in purple ink, appearing to read 'J. Vásquez Otiniano', with a horizontal line above and below the signature.

Jhoselyn Pamela Vásquez Otiniano

ÍNDICE

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	12
1.2. TRABAJOS PREVIOS.....	12
1.3. TRABAJOS RELACIONADOS.....	16
1.3.1. Definición de la Imagen Corporativa.....	16
1.3.2. Importancia de la Imagen Corporativa.....	17
1.3.3. Características de la Imagen Corporativa.....	18
1.3.4. Fuentes de la Imagen Corporativa.....	19
1.3.5. Construcción de Imagen Corporativa.....	20
1.3.6. Naturaleza de la Imagen Corporativa.....	20
1.3.7. Comunicación de la Imagen Corporativa.....	22
1.3.8. Componentes de la Imagen Corporativa.....	22
1.3.9. Niveles de la Imagen Corporativa.....	23
a. Alta Imagen Corporativa.....	23
b. Imagen Corporativa Media.....	24
c. Baja Imagen Corporativa.....	24
1.3.10. Definición de Público Interno.....	24
1.3.11. Comunicación del Público Interno.....	25
a. Comunicaciones Formales.....	25
b. Comunicaciones Informales.....	25
1.3.12. Los Roles del Público Interno.....	26
a. Viabilizar la Comunicación Interna.....	26
b. Desarrollar la Conducta Interna.....	26
1.3.13. Relación entre Imagen Corporativa y Público Interno.....	27

1.4.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	29
1.5.	JUSTIFICACIÓN.....	29
1.6.	HIPOTESIS.....	30
1.7.	OBJETIVO.....	30
	1.7.1. General.....	30
	1.7.2. Específico.....	30
II.	MÉTODO	
2.1.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	31
2.2.	VARIABLES.....	31
2.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	32
2.4.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS....	33
2.5.	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	34
2.6.	ASPECTOS ÉTICOS.....	34
III.	RESULTADOS.....	35
IV.	DISCUSIÓN.....	53
V.	CONCLUSIONES.....	55
VI.	RECOMENDACIONES.....	56
VII.	REFERENCIAS.....	57
VIII.	ANEXOS.....	60

RESUMEN

El presente informe de investigación titulada: “DESARROLLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA EN EL ROL DEL PÚBLICO INTERNO DEL HOSPITAL III EsSALUD RED ASISTENCIAL ANCASH”, busca conocer el nivel de desarrollo de la imagen corporativa del centro hospitalario y saber cómo los públicos internos se identifican y muestran a la institución ante los públicos. Por otro lado la presente investigación le corresponde por su nivel de investigación es Descriptiva, asimismo pertenece a un enfoque cuantitativo.

La presente investigación consta de una sola variable: Desarrollo de la Imagen Corporativa en el Rol del Público Interno del Hospital III EsSalud, con la cual busco identificar el nivel de desarrollo de la Imagen Corporativa en el Rol del Público Interno del Hospital III EsSalud.

Asimismo para conocer el Nivel de desarrollo de la Imagen Corporativa en el Rol de público interno, se realizó un muestreo no probabilístico, por la cual se tomó la decisión de seleccionar al público interno que mantiene contacto con la atención del asegurado (Hospital Base), según el organigrama de la institución, con lo cual redujo a una muestra de 47 trabajadores y trabajadoras del Hospital III de EsSalud.

A los trabajadores del Hospital III de EsSalud, se les aplicó una encuesta con 16 ítems con el propósito de conocer el nivel desarrollo de la imagen corporativa en el Público Interno.

Los datos de tipo cuantitativo, se procesaron estadísticamente, la cual permitió conocer que existe un Bajo Desarrollo de la Imagen Corporativa en la variable, por lo tanto considerando el resultado conforme a la prueba de hipótesis establecida se procedió a la toma de decisiones, estableciendo la aceptación de la Hipótesis de trabajo y rechazo de la Hipótesis nula.

Palabras clave: Imagen corporativa, público interno, alta imagen corporativa, baja imagen corporativa, comunicación interna, conducta interna.

ABSTRACT

The present report of qualified investigation: " DEVELOPMENT OF THE CORPORATE IMAGE IN THE ROLE OF THE INTERNAL PUBLIC OF THE HOSPITAL the IIIrd EsSALUD WELFARE NETWORK ANCASH ", it seeks to know the level of development of the corporate image of the hospitable center and to know how the public boards identify and show to the institution before the public ones. On the other hand the present investigation corresponds to him for his level of investigation is Descriptive, likewise it belongs to a quantitative approach.

The present investigation consists of an alone variable: Development of the Corporate Image in the Role of the Internal Public of the Hospital the IIIrd EsSalud, with which I seek to identify the level of development of the Corporate Image in the Role of the Internal Public of the Hospital the IIIrd EsSalud.

Likewise to know the Level of development of the Corporate Image in the Role of internal public, a sampling was realized not probabilístico, for which there took the decision to select the internal public who supports contact with the attention of the policyholder (Hospital Bases), according to the flowchart of the institution, with which it reduced a sample of 47 workers and workers of the Hospital the IIIrd of EsSalud.

The IIIrd of EsSalud, a survey was applied to the workers of the Hospital by 16 articles by the intention of knowing the level development of the corporate image in the Internal Public.

The information of quantitative type, they were processed statistically, which allowed to know that there exists a Low Development of the Corporate Image in the variable, therefore considering the result in conformity with the test of established hypothesis one proceeded to the capture of decisions, establishing the acceptance of the Hypothesis of work and rejection of the void Hypothesis.

Keywords: Corporate image, internal image, high corporate image, low corporate image, internal communication, conduct internal.