



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN**  
**PÚBLICA**

**Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial  
de Irrigaciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Vía  
Redes Sociales.**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Gestión Pública

**AUTORA:**

Llontop Silva, Teresa Del Milagro (ORCID: 0000-0001-7944-8227)

**ASESORA:**

Dra. Parraguez Carrasco, Simona María (ORCID:0000-0003-0126-0130)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Políticas Públicas

CHICLAYO PERÚ

2022

### **Dedicatoria**

A mi madre, Carmen Silva, por su ejemplo de disciplina y perseverancia. A mi padre, Pedro Llontop que está en el cielo quien sembró en mí el carácter y honestidad. A mis hermanos quienes siempre estuvieron permanentemente alentándome día a día para no decaer en el camino para ser una profesional.

### **Agradecimiento:**

A Dios, que con su bendición me ha permitido pasar cada obstáculo y seguir adelante en el día a día en este camino de superación profesional; a la Dra. Simona Parraguez, mi asesora de tesis, quien, con su profesionalismo, experiencia y paciencia, logró encaminarme hacia la investigación y concluir con éxito mi tesis. A mis amigos que han sido durante estos años la clave del buen trabajo y el buen humor universitario.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas .....	v
Resumen .....	vi
Abstract .....	vii
I.INTRODUCCIÓN.....	1
II.MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	14
3.2. Variables y operacionalización.....	15
3.3. Población, muestra y muestreo.....	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.5. Procedimientos .....	16
3.6. Método de análisis de datos .....	17
3.7. Aspectos éticos .....	17
IV. RESULTADOS .....	19
V. DISCUSIÓN.....	24
VI. CONCLUSIONES .....	29
VII. RECOMENDACIONES.....	30
REFERENCIAS .....	31
ANEXOS .....	36

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Nivel de Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones, vía redes sociales .....	19
<b>Tabla 2</b> Uso de las Redes sociales .....	20
<b>Tabla 3</b> Nivel de percepción de la comunicación interna de los colaboradores del Programa Subsectorial de Irrigaciones .....	21
<b>Tabla 4</b> Nivel de uso de las herramientas de las redes sociales, Facebook y Twitter, para fomentar la información a los colaboradores del PSI .....	22
<b>Tabla 5</b> Nivel de impacto de la mejora en la comunicación interna de los colaboradores del PSI, vía redes sociales Facebook y Twitter .....	23

## Resumen

El principal objetivo de la presente tesis es caracterizar la comunicación interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones, describiendo la percepción de los colaboradores y la influencia de las redes sociales Facebook y Twitter, utilizadas en la comunicación interna de la organización. Esta investigación está enfocada en describir, la percepción de los colaboradores respecto a la comunicación corporativa interna, para que llegue a los usuarios de las Costa y Sierra del Perú, vía redes sociales, así mismo se analizó como se vienen utilizando las redes sociales para fomentar la difusión a los trabajadores del PSI. El tipo de investigación es cuantitativo, descriptivo no experimental, aplicada a una población de 12 colaboradores y la muestra por ser pequeña es la misma población, la metodología escogida para la recolección de datos fue mediante la encuesta, lo cual presenta preguntas para marcar y escala de Likert, validados a juicio de expertos, mediante el Alfa de Cronbach, este instrumento se determinó que es altamente confiable. Con las variables Comunicación Corporativa Interna y Redes Sociales, se determinó que tiene buena aceptación y no estamos frente a un mal manejo de la difusión e información del PSI y el uso de las redes sociales.

**Palabras clave:** Redes sociales, comunicación corporativa interna, trabajo en equipo.

## Abstract

The main objective of this thesis is to characterize the internal comunicación of the Irrigation Subsectoral Program, describing the perception of the collaborators and the influence of the social networks (Facebook and Twitter) used in the communication of the organization. This research is focused on describing the perception of employees regarding internal corporate communication, so that it reaches users on the coast and Sierra del Perú, vía social networks, likewise it was analyzed how social networks are being used to promote dissemination to PSI workers. The type of research is quantitative, non experimental, descriptive, applied to a population of 12 collaborators and the sample being small is the same population. The methodology chosen for data collection was through the survey, which presents questions to mark and a scale Likert, validated in the opinión of experts, through Cronbach's Alpha, this instrument was determined to be highly reliable. With the variables internal Corporate communication and Social Networks, it was determined that it has Good acceptance and we are not facing a mismanagement of the dissemination and information of the PSI and the use of social Networks.

**Keywords:** Social net Works, internal corporate communication, teamwork.

## **I. INTRODUCCIÓN**

Por Resolución Ministerial N°0084-2020-MINAGRI, se aprueban los lineamientos de Gestión de la Unidad Ejecutora Programa Subsectorial de Irrigaciones (PSI), con la finalidad de incrementar la producción y productividad del agro a través de intervenciones en materia de Infraestructura de Riego Tecnificado. Esta Institución inició las actividades en el año 1998, con el objetivo de mejorar la infraestructura de riego, promover la tecnificación del riego a nivel parcelario y brindar capacitación a las organizaciones de usuarios de agua de riego de la costa peruana. El PSI tiene como misión fomentar el desarrollo integral y sostenible de los sistemas de riego a nivel nacional, mejorando la infraestructura, fortaleciendo las Organizaciones de Usuarios de Aguas, tecnificando el riego, contribuyendo en mejorar la eficiencia del riego y, por ende, al incremento de la rentabilidad del agro. La visión de ser la entidad rectora del subsector de riego a nivel nacional, fomentando y promoviendo el uso eficiente y sostenible del agua para el riego en la agricultura y la misión de fomentar el desarrollo integral y sostenible de los sistemas de riego a nivel nacional, mejorando la infraestructura, fortaleciendo las organizaciones de los usuarios de agua, tecnificando el riego, contribuyendo en mejorar la eficiencia del riego y por ende al incremento de la rentabilidad del agro.

La investigación, parte de la formulación del problema principal: ¿cómo se desarrolla la comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Minagri, vía redes sociales?, la investigación busca incrementar la mejora de la comunicación, para que logre sus objetivos, que mediante estas redes sociales sean un elemento importante y así pueda llegar la difusión de sus contenidos a las diferentes comunidades agrícolas tanto de la costa como la sierra. Los problemas específicos son: ¿cuál es la percepción de los colaboradores del Programa Subsectorial de Irrigaciones respecto a la comunicación interna, vía redes sociales?; ¿cómo se vienen utilizando las herramientas de las redes sociales para fomentar la información a los colaboradores del Programa Subsectorial de Irrigaciones?; ¿cómo mejorar la comunicación interna de los colaboradores a través de las redes sociales?



El problema en la Institución es que no seleccionaban profesionales capacitados para el manejo de estas redes sociales, otra dificultad que había es por la constante rotación de personal, quiere decir que un colaborador empezaba trabajar estos medios sociales y se interrumpía por los cambios de gobierno y afectaba ya que venía otras directivas con su personal y lo que quedo pendiente no lo continuaban, se originaba desorden caos y atrasos en los proyectos de la Institución, como resultado era la demora en sus actividades, la comunicación no era fluida y clara de esta manera los perjudicados serían los usuarios y agricultores de las comunidades de la Costa y Sierra. La justificación de la tesis busca la importancia de la comunicación por la entidad, para que logre las metas y como estos medios de comunicación están constituyendo hoy en día un elemento propio de la convivencia ciudadanía para garantizar que la información llegue a las comunidades de la Costa y Sierra del Perú, como son estos medios sociales de Facebook, Twitter. Por lo tanto, la justificación de la tesis de investigación tiene las siguientes prioridades y mencionare a continuación: por la necesidad de incluir a la institución la comunicación por medio de estas redes sociales, agregar herramientas actualizadas, lo cual deben ser aprovechadas para que no se debilite la comunicación que es nuestro objetivo. Llegando al análisis del problema para una solución, nos preguntamos cómo es que una Institución del gobierno con buenos recursos económicos, no le den importancia al uso de las redes sociales, es por ello que la investigación busca que se usen estos medios de comunicación porque es económica y las más usadas son Facebook y Twitter, lo cual no se necesita de mayores presupuestos, con el objetivo de llegar a todas las comunidades agrícolas de la Costa y Sierra del Perú, así los agricultores estén informados de las diferentes actividades que tiene el Programa para ellos, esto sería muy beneficioso y fructífero, de esta manera a los usuarios se les capacitaría, por esta falta de herramientas no se hace un buen manejo del método del regadío, no se hace una buena ejecución relacionado a la infraestructura de Riego Tecnificado, no hay un buen fortalecimiento de la organización y equipo que son los usuarios del agua, la finalidad de esta investigación es que la Institución mantenga buenas relaciones en la comunicación con los agricultores, usuarios de la comunidades de la costa y sierra, que llegue por medio de estas redes sociales la tecnología del riego y hagan el buen uso, se esta manera se obtenga el resultado.

positivo de la tierra y elevar el tipo de vida de las personas de la comunidad agrícola. Con esto se frenaría la corrupción en cuanto a informaciones de contenidos de dudosa veracidad, documentos falsos, que mediante estos medios que el programa brindará y se distinguirá como uno de los ilustres del Minagri. A continuación, se detalla los puntos importantes que es para el desarrollo y buen uso de estas redes de comunicación y son las siguientes: 1) Propaga contenidos con bajos presupuestos. — Resalta el problema que la entidad tiene poco presupuesto y no han incluido en su asignación para estos medios de comunicación, lo cual sería este plan económico y daría solución para dar información a los usuarios y de las comunidades agrícolas. 2) Caminos alejados. — Estos medios de comunicación es importante porque llegaría a lugares muy lejanos, ya que es imposible llevarles material como paneles, afiches, lo que resolvería sería este canal como son las redes sociales. 3) Cabe resaltar que la Institución tiene llegada al público y usuarios de las comunidades de la costa y sierra del sector agrícola, es importante que estas redes sociales lleguen, así cuando haya desastres naturales no nos quedemos incomunicados y las respuestas sean rápidas.

Este estudio plantea el siguiente objetivo principal: caracterizar la comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Vía Redes Sociales, como objetivos específicos: describir la percepción de los colaboradores de la comunicación corporativa interna del PSI, describir cómo se vienen utilizando las herramientas de las Redes Sociales para fomentar la información a los colaboradores del PSI, determinar cómo mejorar la comunicación interna de los colaboradores del PSI, vía redes sociales.

## II. MARCO TEÓRICO

La investigación realizada, está enfocada en describir la utilización de la comunicación corporativa interna, para que llegue a los usuarios de la costa y sierra del Perú, vía redes sociales, de esta manera se ponga en marcha el perfeccionamiento de sus informaciones, con una buena elaboración del proyecto de las comunicaciones digitales, se recurrió en la búsqueda de libros, artículos, revistas u otros de valiosa información de autores Internacionales y Nacionales, como son esta interrogantes: ¿qué son las comunicaciones corporativas?, ¿Por qué son importante las redes sociales?, ¿Para que se utilizan Facebook y Twitter?, ¿cuál es la función que tienen estas redes ¿qué es generar contenidos?, ¿para qué sirve una estrategia de la comunicación de las redes sociales?, esto es con el fin de mejorar la comunicación de la Institución hacia los agricultores, propongo en la investigación, que estos medios de comunicación que son las redes sociales, estén presente para que fortalezcan los servicios que brinda la entidad, que haya una buena comunicación y difusión al público objetivo, que la información como son: los cronogramas de las diferentes actividades, los contenidos del programa se sigan difundiendo, promoviendo el buen uso del agua para los regadíos en la agricultura, también la información del empleo de la parte tecnología moderna del riego así como el reforzamiento de las capacitaciones de gestión en los equipos organizados de los usuarios, como son los supervisores, jefes, también para la contribución en el aumento de la producción, utilidad agrícola, que permita el aumento de la rentabilidad del agro y realzar la calidad de vida de las personas en las comunidades, por lo tanto, ellos se sientan que están en confianza, informados y comunicados constantemente, que estas publicaciones lleguen en los horarios donde la mayor parte usa estas redes y el resultado sea un impacto positivo a través de estos canales de atención como es el Facebook y Twitter.

A nivel internacional, según Aced (2016) las redes sociales han transformado el medio en las relaciones humanas, empresarial y del marketing y en todo es un éxito, manifiesta que el entender estos medios sociales son vitales para mantenernos informados, dentro del mundo online. Estas redes permiten conversar y te acerca al que está muy lejos, la autora ha creado un libro que da una esencia de cómo pueden explayarse con libertad y soltura a través del Facebook o Twitter,

como incorporar datos, agregar videos en YouTube, así mismo les ayuda y proporciona como hallar lo que buscas para emprender en el negocio, el posicionar productos. Como la autora abre más mi propuesta al panorama para tener claros los puntos de la investigación, ya que estos medios sociales son importantes para mantenerse comunicados, te acerca a los usuarios a través de estas TIC, porque lo que se busca a través del programa es que los agricultores no se sientan abandonados, así que si estas herramientas se saben usar, esto será un éxito para las comunidades agrícolas y que llegue a los sitios de las Costa y Sierra del Perú.

Bonilla y Chávez (2017) señalan que en la actualidad se vive una nueva época de tecnología, donde estos medios sociales están formando parte vital de las empresas, que los productos que presentan las compañías a través de las redes sociales, se posicionan en el mercado con sus marcas en los productos, dice que el marketing digital está teniendo un éxito a nivel mundial, llega la comunicación clara, rápida, esto hace que cuando ellos compartan sus informaciones, sus publicidades les está yendo bien, ya que hoy en día, las personas necesitan y piden respuestas rápidas, todos estos instrumentos se difunden muy rápido y de esta manera los millones de usuarios aceptan y siguen estas páginas, porque les permitellograr sus objetivos que desean, especialmente si las compañías ingresan con publicidades para que se posicione en la mente del seguidor y tengan comunicaciónefectiva. En este articulo dice que en cada revista científica se añade sus metodologías de investigaciones y se difunden a través de estos medios sociales, cogiendo suscriptores, abonados y se recomienda que haya más presencia y difusión, pero depende de cómo llegue a los personas estas informaciones, en el mundo estos sitios de las redes sociales han ido aumentando, a medida que pasan los años y que es el principal medio de hacer uso para transmitir sus actividades e informes, se sigan manteniendo para que continúen con la buena aceptación del público.

Martínez (2018) manifiesta que el Facebook y Twitter, son los medios de comunicación valiosa, ofrece rapidez en respuestas a sus informaciones, esto es lo que el Programa Subsectorial de Irrigaciones necesita para aplicar, expandir con rapidez sus contenidos, cuya finalidad es entregar, presentar los documentos y

actividades con celeridad para que las respuestas sean inmediatas y el público objetivo sienta que hay comunicación constante.

Bosco (2018) menciona sobre los vocablos más usados que siguen evolucionando en estas redes sociales son los siguientes: administrador, son los principales que llevan la organización del grupo y sus contenidos en las páginas, compartir, es una opción que se puede transmitir con los demás en los mensajes, chat, es un medio que se le envía al usuario sobre contenido o mensajes que llegan de inmediato, eventos, es una página que les dice a los usuarios cuando participen en estos, foto de perfil, es el retrato que muestro en mi página principal de la biografía y la de portada es grande, la palabra me gusta, es una herramienta creada por Facebook, como también, que los usuarios dicen que les desagrada, les molesta o pone triste lo que ha publicado, esto es lo que da y ofrece las redes sociales. Cabe resaltar en esta investigación el PSI debe usar un lenguaje claro, moderno, para que entienda el público objetivo, en cuanto al chat, para mantenerse comunicados, eventos que es una aplicación importante para que sepan los usuarios sobre las participaciones de los eventos. esta palabra me gusta es valiosa porque de ello depende que sigamos adelante y que los usuarios están contentos y acepten las publicaciones.

Según Mejía (2017) sobre las ventajas del buen uso del Facebook y el manejo del marketing, como herramienta principal emplea el branding, como imágen de las empresas, esto hace que describa tus productos y se posicione en la mente del consumidor, así mismo nos indica que es importante en estas redes de comunicación aplican la escucha activa, de esta manera generara resultados positivos. El manifiesta que más del 85% de usuarios utilizan el Facebook y que el 40% dan uso del Twitter.

Tica et. al (2018) nos dicen que las corporaciones buscan día a día que incrementen la rentabilidad en el mercado global, con nuevas ideas, estrategias, de esta manera ingresen nuevos clientes y se mantenga la fidelización, hoy en día el mercado son los seguros, la competencia es ardua, la evolución tecnológica en el mercado digital sigue creciendo y es importante que se apliquen buenas herramientas para el propósito de conseguir compradores, mucho depende de las habilidades y como se manejen estas aplicaciones, así mismo menciona que es

fundamental e importante la motivación en los contenidos que difunden para los clientes, de esta manera se genera la confianza, gracias a estos medios de comunicación dicen que aproximadamente 381 personas son consumidores de seguros y fueron captados a través de las redes, utilizaron encuestas al público objetivo. En el presente trabajo lo relaciono, porque el autor menciona que es crucial generar los contenidos claros en las redes sociales, que lleguen al público y de esta manera se fidelicen, lo fundamental es que esté presente la motivación, es por ello que el Programa Subsectorial de Irrigaciones a través de estos medios llegue a sus usuarios de las comunidades agrícolas para que estén enterados sobre las diversas actividades que brinda la entidad, de sus diferentes capacitaciones dirigidas para los líderes de grupo de los agricultores, con el objetivo de enseñarles cómo deben hacer uso de estas herramientas, para el buen manejo del riego tecnificado, todo esto sería con un fin importante que los usuarios estén en constante comunicación y sienta la entidad que está logrando el objetivo, que por intermedio de las redes de comunicación lleguen a la pobladores y agricultores de la costa y sierra del Perú.

Flores et. al (2020) afirman que la utilización de redes sociales es importante para buenas planificaciones y se solucionan a través de las plataformas de estos medios digitales, dice que los medios más usados son Facebook y Twitter, porque sus sistemas tienen mayor velocidad, señala que se deben aplicar tecnologías digitales para que haya soluciones cuando se presentan las inconsistencias y problemas de esta manera se evitan los conflictos.

Las bases teóricas del trabajo de investigación, se sustentan y apoyan en conceptos, causas y motivación, acerca de la comunicación corporativa interna de la Institución, con el buen uso de estas redes sociales, porque son medios de información que van a favorecer y se van a mantener comunicados sobre las diferentes actividades que realiza el programa, como son las capacitaciones, difusión de los contenidos del PSI, que sigan realizando el buen uso del riego tecnificado, para los agricultores de todas las comunidades de las zonas de la Costa y Sierra del Perú, gracias a estas redes sociales. La comunicación vía online va a permitir que llegue de manera rápida, el cual ellos no se sentirán aislados, porque estos medios de comunicación van a hacer que estemos comunicados

mutuamente, sobre todo para una entidad pública que necesita que se le siga conociendo ante el público en general sobre sus diferentes actividades que realiza y desarrolla; lo importante que tenga impacto efectivo y allegado al público, esto quiere decir, que le va ayudar a mantener una representación adecuada frente a la opinión de los ciudadanos. Así mismo hoy en día, la gran mayoría de las personas cuentan con dispositivos de internet y se debe de aprovechar esta implementación de las redes, para la comunicaciones e informaciones. Presentamos los conceptos y definiciones que fundamentan los autores de los medios de comunicación, para las mejoras en sus contenidos y como se deben tener claros los siguientes puntos que son: ¿qué son las comunicaciones corporativas?, ¿qué son las redes sociales?, ¿qué funciones cumplen Facebook y Twitter? ¿qué significa generar contenidos?, ¿Qué es una estrategia de la comunicación de las redes sociales?, ¿qué es una entidad pública adscrita a algún ministerio?, ¿qué comunicación digital? ¿por qué es tan importante utilizar las herramientas en los medios digitales?

Goleman (2018) afirma que la inteligencia emocional es importante en lo laboral, ya que es una herramienta que ayuda para el crecimiento de las habilidades de la comunicación, las instituciones necesitan personal que esté capacitado y trabaje en equipo, que sepa manejar sus emociones, de esta manera se comunique claro y con empatía. El autor manifiesta que la comunicación es una habilidad muy importante y que se debe emplear siempre en las realizaciones de las actividades u objetivos que encomienden, si aplican estas estrategias, las metas serán cumplidas y exitosas. También nos dice que el encargado o líder debe comprometerse con su equipo, transmitiendo sus conocimientos, dar solución a los problemas, que genere confianza, que aplique la escucha activa y manifiesta que, si hay la buena comunicación, esto desarrolla la confianza en todas las relaciones del equipo y esto será una buena base en todo. Este artículo lo relaciono con la investigación, porque la Institución busca la comunicación a través de las redes sociales, esta herramienta como es la comunicación corporativa es importante porque si se aplica con claridad, con precisión, haremos llegar la difusión de las actividades del programa Subsectorial de irrigaciones, con un buen fin de difundir las capacitaciones para que los agricultores hagan el buen uso del agua, mediante el riego tecnificado, esta comunicación primero la recibirá el jefe de grupo, será capacitado y el transmitirá a

los agricultores sus conocimientos de aptitudes y su actitud positiva, de esta manera ellos no se sentirán aislados y habrá más comunicación fluida, es ahí donde se verá el trabajo en equipo y estarán más preparados en todos los aspectos, la institución busca que lleguen a todos los sitios más lejanos, porque estas vías, hacen que lleguen a todo lugar y aprovechar que hoy en día, es común que tengan un celular y a través de este aparato tecnológico ellos puedan visualizar las informaciones y comunicaciones del PSI, a través de estos medios que son el Facebook y Twitter que son los más usados y un éxito en el medio tecnológico.

Aced (2021) dice que los medios de comunicación como son las redes sociales son herramientas para dialogar, para conocer personas y a raíz de esto se forman relaciones individuales o de empresas, también manifiesta los medios se centran en la comunicación externa y se están descuidando en dirigirse al público internamente, gracias a estas redes sociales, tenemos muchas oportunidades, los que más tienen acceso a internet son los adolescentes y que estos jóvenes deberían estar más controlados para su uso, porque lo toman como una diversión y no ven el gran peligro que se les presenta, creen que vivir en la tecnología es su mundo. Estas redes sociales se están expandiendo día a día y en ellas podemos manifestar nuestros sentimientos, mensajes u otras cosas, se ha vuelto fácil ingresar a internet, para comunicarte con tus entornos como es video llamadas y dejando de lado el teléfono del hogar, porque este aparato como es el teléfono fijo para ellos ya está pasado de moda, estos medios han ido creciendo y multiplicando en el mundo, porque hoy en día, el uso que hacen las personas ya se está volviendo común, consultar una página web, correos electrónicos. Podemos decir que las redes tienen mucho beneficio para las personas, que te ayuda a crecer en tu empresa, te da nuevas relaciones personales, pero lo importante que debe ser controlada, porque los excesos no van por el buen camino, no usando bien estos sistemas puede distraer, perder el tiempo, pero si lo sabes utilizar te dará resultados favorables a cualquier persona, hay que recordar que estos medios son de bien para los profesionales, empresas y una herramienta importante si lo saben usar adecuadamente.

Continuando con la siguiente interrogativa ¿qué funciones cumplen Facebook y Twitter? el Facebook es una red social y Twitter es un medio de



comunicación, pero los dos tienen popularidad en el mundo. Moran (2019) manifiesta que el uso de estas redes en la gestión pública es vital, ya que son vías de comunicación que acerca a los usuarios, a los parlamentarios que nos representan al país, con la finalidad de mantener el equilibrio de las autoridades, el autor manifiesta que las instituciones del estado no tienen mucha afluencia y es muy baja la aceptación por parte de la ciudadanía, que el público piensa que las informaciones que tienen no son verdaderas, es por ello que las páginas no están bien elaboradas en la difusión de las actividades del congreso, es importante crear herramientas, estrategias, al momento de compartir sus informes y así de esta manera se rescate y aumente la aceptación del público usuario.

Córdova (2018) expresa sobre la relación entre el clima familiar y la dependencia de los estudiantes del Colegio Andrés Avelino Cáceres en San Martín en el año 2017, que más del 90% dependen de estos medios, que no son bien utilizados y el clima de cada familia se ve afectada porque no tienen comunicación directa, sino que lo hacen a través de estos medios tecnológicos, cabe decir que si no toman conciencia que está perjudicando a los jóvenes, se recomienda, orientación, capacitación, para que no aumente esos riesgos, hoy en día la tecnología está controlando de manera negativa a ellos, para que esto mejore es indispensable añadir ideas, estrategias, el cómo combatir la mala utilización de las redes, si se llega a usar bien, los entornos familiares mejorarían en sus comunicaciones.

Mejía (2020) dice que generar contenidos en las redes sociales son de gran importancia para que se transmitan las comunicaciones e informaciones de las noticias, sobre la problemática en el mundo de la Pandemia Covid 19 en todos los lugares del Perú, los medios informativos son fuente principal, porque de ellos recibimos los mensajes y lo que vive el mundo hoy en día, de cómo se sigue desarrollando esta pandemia, como es una amenaza este contagio del Covid, así mismo le sirvió muchísimo a la OMS, que es la Organización Mundial de la Salud, para que tome decisiones y como seguir manejando esta pandemia y le fue de gran ayuda. Por lo tanto, se supo que muchos medios no fueron buenos comunicadores como puso de ejemplo de Brasil, sobre esta campaña de la fiebre amarilla, por una mala información difundida por estas redes, indicaban que la vacuna mataba y por

ende no vacunaron a toda la población, llegando a un porcentaje del 76%, esto manifiesta el autor, cuando hay un mal manejo en las comunicaciones no va haber un resultado positivo. En la actualidad la pandemia ha afectado a todos los países del mundo tanto en su vida personal como económica, esto ha traído mucha destrucción, llegando al extremo de estar encerrados más de 1 año y las personas se estresaban, se enfermaban, no tenían trabajo, el manifiesta que usando bien las redes se lograra ayudar a las personas y tendrán buena aceptación porque lo que publican es veras, en conclusión manifiesta que una comunicación exagerada puede ocasionar muchas cosas negativas, todos depende de la difusión que transmitan y los usuarios no van a tener miedo y se tendrá éxito.

En la investigación resalte diciendo que el Programa Subsectorial de Irrigaciones, necesita este medio social para que comunique y trasmita sus contenidos, llegue a sus agricultores de las comunidades agrícolas, estas redes digitales acceden a que la ciudadanía tenga una información y comunicación plena más aún que el programa este consolidado no solo con los agricultores sino con el entorno administrativo del Ministerio de Agricultura, esto genera que haya un buen control y seguimiento en la gestión. Así que las redes son indispensables para este sector y se mantengan comunicados en todos los aspectos.

Sánchez (2020) manifiesta que las estrategias de la comunicación de las redes sociales son intercambios de informaciones valiosas para el día a día de nuestras vidas, todo tipo de personas hacen uso de estos medios, para que realicen diferentes actividades, como el compartir, estrategias, ideas, así que si la sabemos utilizar y aprovechar será éxito rotundo y que las revistas científicas son de gran importancia en la difusión para los trabajos de investigación científica.

Según García (2019) una institución pública adscrita para algún ministerio, que son los organismos son designados por el gobierno, para dar servicios públicos, estas entidades integran el estado, son de patrimonio y régimen jurídico propio, es por ello que se deben emplear la descripción para el buen uso de los medios de comunicación como son el Facebook y Twitter, es para el mejoramiento en sus contenidos del Programa y la importancia que hoy en día han adquirido, que se establezca una efectiva comunicación sencilla, fácil entre el PSI, los usuarios y los entes públicos, a fin de compartir ideas, información de temas de relevancia.

¿Qué es comunicación digital? Es una modalidad del diseño con el objetivo de transmitir información, mediante las tecnologías modernas y las tendencias que llamen la atención, esto permite conversar y charlar por las redes, ver videos, hacer videos llamadas y compartir muchas cosas más. Guillen (2019) indica que se sigue incrementando el uso de estos medios de comunicación, se le hizo una encuesta a unos estudiantes de medicina del quinto ciclo y que para ellos este uso es importante para distracción en sus tiempo libres, y también para sus estudios porque encuentran respuesta valiosas en libros y en la biblioteca virtual, estas facultades de medicinas necesitan utilizar investigaciones de libros, revistas, portales y manifiestan que les ayuda muchísimo cuando utilizan esta tecnología, en esta encuesta se llegó al resultado que de 53 alumnos el 45% tienen una cuenta de Facebook en Twitter un 15%, y que utilizan estas medios cuando están en su tiempo libre, también manifestaron que el YouTube para ellos es muy importante y lo utilizan una a más veces del día e indica que es casi igual en otros países del mundo.

¿Por qué es tan importante utilizar las herramientas en los medios digitales? se considera que estos medios digitales son valiosos porque llegan a las personas con rapidez y se adaptan a las necesidades de los consumidores. López et. al. (2018) por su parte nos dicen que hoy en día, los juegos tecnológicos, son preferidos en momentos libres de las personas, no solo en los niños, adolescentes, también utilizan los jóvenes y adultos.

En la investigación sigo resaltando que estas redes son de gran importancia, porque van a mantener la comunicación, se va a facilitar los trabajos, presentaciones de las diferentes actividades que tiene el Programa Subsectorial de Irrigaciones para con sus usuarios, así mismo estos medios facilitan el envío rápido de las informaciones, con el objetivo que se difundan todos estos proyectos y llegue a cada responsable de sus grupos de las comunidades y él pueda transmitir estos informes.

Así mismo, en el Diario Oficial El Peruano a través de la ley N.º 30823, el estado con el fin de evitar la corrupción, estableció que se use los medios digitales, para que los tramites documentarios sea rápido en sus atenciones, así mismo que las personas visualicen sus informaciones, se vea transparente y veraz

#### Artículo 1.- Objeto

Este artículo tiene como objetivo de gestionar la identidad y los servicios que va prestar para la ciudadanía.

#### Artículo 4.- Finalidad

La presente Ley tiene por finalidad:

4.1 Mejorar la calidad de la prestación en los servicios online que brinda, de esta manera generara confianza a la ciudadanía. (Diario Oficial el peruano 2021).

La investigación esta aplicada en la comunicación corporativa interna a través de estos medios sociales, acudí a fuentes bibliográficas como son; libros, revistas, artículos, etc., todos estos artículos son valiosos, ya que dan información importante, clara y precisa, encontré cada concepto, párrafo, resúmenes, estas herramientas son muy valiosas, por ello que las estamos usando en este trabajo como son: comunicación y uso de redes sociales, porque son rápidos, seguros, llegara la información segura y así los usuarios también darán sus opiniones, el cual genere la confianza al usuario de lo que estamos publicando, todos los contenidos de la Institución sean veraces, transparentes, de esta manera se evita la corrupción, hoy en día la tecnología sigue creciendo, se ha vuelto muy importante para transmitir comunicaciones para las comunidades agrícolas de la costa y sierra del Perú, se cabe resaltar que la Institución tiene poco presupuesto, para este propuesta no se requieres de mucha inversión, es económica para la realización deeste proyecto de investigación, así de esta manera a través de esta redes de comunicación, la Institución llegara a posicionar en la mente de las personas, será más conocido y llegara a los sitios muy lejanos de nuestro país.

### **III. METODOLOGÍA**

El diseño de la investigación es cuantitativo no experimental con el objetivo de que llegue la comunicación corporativa Interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones, vía redes sociales, para que beneficien a las comunidades del Sector Agrario, es descriptivo, porque vamos a establecer la relación que existe entre el uso de las redes sociales y la comunicación corporativa del Programa Subsectorial de Irrigaciones con las comunidades agrícolas.

Según Hernández (2020) el enfoque cuantitativo se basa en esquemas, en la lógica, con el propósito de formular interrogantes, preguntas de investigación, de esta manera se pueda probar.

Utilizando la variable 1 que es la Comunicación corporativa interna y la variable 2 que son las Redes Sociales del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Vía Redes Sociales, los participantes de la investigación son los colaboradores de la institución del PSI, ya que permite responder a los objetivos de la investigación. La población está conformada por 12 colaboradores del PSI, que laboran en la institución, la población pequeña, porque el área de comunicaciones, sistemas e imagen institución son pocos los trabajadores que están abocados a los medios de comunicación.

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación.**

Arias (2020) menciona que el tipo y diseño de investigación son esquemas de estrategias que permiten alcanzar el logro de la tesis, el diseño ayuda para obtener la información que se requiere para validar la hipótesis, determina responder las necesidades en la deficiencia del conocimiento de los estudiantes en cuestión de teoría, ordenamiento y coherencia para redactar el proyecto de tesis. El tipo de investigación es Cuantitativo /Descriptivo /No experimental. Es descriptivo porque se utilizará esta técnica para analizar las causas y efectos del problema, en base a las variables de la investigación, se detallará los datos obtenidos de las etapas de recolección de información, del Programa Subsectorial de Irrigaciones.

### **3.2 Variables y operacionalización**

Rodríguez (2019) las variables no existen independientemente de la conceptualización que de ellas que hace el investigador, son conceptos abstractos o constructos, que elabora el investigador, para referirse a determinados fenómenos o procesos de la realidad. Tratan de abarcar un amplio campo conceptual.

#### **Las variables a intervenir:**

Variable: Redes Sociales

#### **Definición conceptual:**

Guest (2019) son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses, con la finalidad de compartir los recursos, información en la distancia, asegurar la confiabilidad, aumentar la transmisión de los datos y sea favorable para la ciudadanía

Variable: Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Vía Redes Sociales.

#### **Definición conceptual:**

Pizzolante (2019) señala que la comunicación interna son situaciones en donde varias personas intercambian ideas, cultura, ideas o intereses empresariales con visión global.

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

Gómez (2016) expresa que la población de estudio es un conjunto de casos, limitado y accesible, que formará referente para la elección de la muestra, cumple con variedad de criterios, como tamaño de muestra, todo esto se calcula, usando fórmulas matemáticas.

La población a la que se orienta el estudio, lo componen los trabajadores del Programa Subsectorial de Irrigaciones, que tienen a su cargo los colaboradores de la institución. Muestra y muestreo, el tamaño es de (12), que laboran en la institución, es población pequeña, porque el área de comunicaciones, sistemas e

imagen institución son pocos los colaboradores que están abocados a los medios de comunicación.

Hernández. (2020) manifiesta que la muestra es la base de la esencia de un grupo de población con características al que se le llama grupo de personas, las muestras pueden ser pirobalísticas o no pirobalísticas.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:**

Se utilizó la encuesta, esto permitió el progreso y desarrollo del análisis, con el fin de conseguir datos necesarios por medio de un cuestionario, esta herramienta es importante y fundamental para la recolección de información. Nos dice Pérez (2020) las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información. Estas técnicas conducen a la verificación del problema planteado.

La validación por juicio de expertos y apreciación metodológica fue por tres profesionales especialistas del tema, con amplia experiencia en gestión pública contando con el Mg. Ruperto Arroyo Coico, Mg. María del Carmen Pisfil Becerra, Mg. Teodosio Estuardo Rodríguez Tamayo, de esta manera el juicio de expertos académico garantizo la coherencia con los objetivos planteados en el estudio. La confiabilidad del instrumento de recojo de información se realizó por medio del Alfa de Cronbach, utilizando para ello el programa estadístico SPSS, la cual arrojó en su prueba piloto un puntaje mayor a 0,85 puntos, nuestro instrumento es de excelente confiabilidad.

### **3.5 Procedimientos**

Los procedimientos de la investigación, son que hasta el año 2016 en el Programa Subsectorial de Irrigaciones, estas redes sociales eran dirigidas por el área de informática del PSI, no había buena difusión y comunicación de sus contenidos, ingreso a laboral una profesional que propuso su plan de trabajo de que la comunicación por parte del programa se efectiva, mediante las redes sociales como el Facebook y Twitter, con el fin de llegar a las comunidades agrícolas de los sectores de la costa y sierra del Perú, porque la Institución no les puede hacer llegar los afiches, informes, banners u otros materiales importantes, debido a que hay zonas muy lejanas y de difícil acceso para llegar, es por ello que se propuso esta investigación porque es económico y llega de inmediato las informaciones para que

hagan el buen uso del riego tecnificado, que ese es su objetivo del programa, se creó el área de imagen institucional para que se comience trabajar y se obtenga los mejores resultados, que es comenzar el trabajo en equipo desde los responsables jefes de las comunidades, capacitarlos y así ellos puedan transmitir sus conocimientos a los agricultores del sector agrario y estén más preparados para el uso del riego.

### **Instrumentos de la investigación**

Los instrumentos utilizados fueron la encuesta, para de esta forma recaudar más información y así tener un mejor desarrollo de la investigación.

#### **La encuesta:**

Permitió la acumulación de información cuantitativa que se aplicó a cada profesional de las distintas áreas de la Institución del Programa Subsectorial de Irrigaciones, la misma que tuvo como finalidad obtener datos de estas personas y otros contenidos concernientes al tema.

### **3.6 Método de análisis de datos**

El método utilizado corresponde a la estadística descriptiva simple, para el procesamiento de la información, se recopilaron los datos necesarios obtenidos de la aplicación de los instrumentos, una vez que se cumplió con la fase de recolección de información confiable por medio del Alfa de Cronbach, utilizando para ello el programa estadístico SPSS, la cual arrojó en su prueba piloto un puntaje mayor a 0,85 puntos, la prueba se aplicó a 12 colaboradores del PSI, obteniendo como resultado un nivel alto de confiabilidad, nuestro instrumento es de excelente confiabilidad, esto permitió obtener el promedio por dimensiones, de esta manera la representación de los resultados encontrados en tablas estadísticas con su respectiva interpretación,

### **3.7 Aspectos éticos**

Cutipa (2021) cuando se hace una investigación en las personas, se de aplicar 3 principios de la ética, el respeto por las personas, búsqueda para el bien y justicia, es de lograr buscar los máximos beneficios y el reducir lo más mínimo el daño y errores, es importante la utilización de buenas herramientas al momento de seleccionar al personal para el área que se solicita, de que se basan para requerir



el puesto y que la persona es la idónea para que ejerza en lo que requieren, también dice que pasa hoy en día con aquellas personas que requieren hacer practica profesionales y lo rechazan porque no cumple con el perfil o lo hacen a un lado discriminándolo, es ahí que las empresas deben tener cuidado, utilizar las herramientas necesarias para que no se equivoquen al momento de contratar, porque hay personas que, si son valiosas, pero cuando utilizan mal estos métodos suelen siempre equivocarse.

En la investigación se buscó que nuestro trabajo sea transparente al momento de aplicar estas herramientas como es la comunicación corporativa interna, a través de las redes sociales, que llegue de forma clara, precisa, entendible, de esta manera el público objetivo de la institución este confiada que nuestras informaciones, están aplicadas a través de la ética, como es la transparencia en los informes, comunicación directa, veracidad en los contenidos de difusión, de esta manera se evitaría la corrupción que hoy día ,se ve y escucha de muchos malos elementos que solo traen daño y destruyen al país. Si aplicamos bien estos códigos de ética, lograremos los objetivos de llegar a los agricultores de la costa y sierra del Perú y ellos logren estar en confianza con el programa y comunicados, todo esto sería la aplicación del trabajo en equipo.

## IV. RESULTADOS

### 4.1 Objetivo General

Caracterizar la comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones, Vía Redes Sociales.

**Tabla 1.**

*Nivel de Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones, vía redes sociales*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	2	16.7
Medio	7	58.3
Alto	3	25.0
Total	12	100.0

**Fuente:** Cuestionario de la comunicación corporativa interna, vía redes sociales

En la tabla 1, muestra la primera variable que el nivel de comunicación corporativa interna vía redes sociales por parte de los colaboradores del Programa Subsectorial de Irrigaciones, es medio, con un 58.3%; un nivel alto expresado en un 25.0% y un nivel bajo con un 16.7%. Esto significa que en el Programa Subsectorial de Irrigaciones, existe un nivel medio de comunicación corporativa interna, vía redes sociales, lo que nos lleva a pensar que no estamos frente a un mal manejo de la información, pero tampoco estamos en un nivel superior, es decirse puede realizar mejoras de comunicación dentro del programa, dando por hecho la integración de todos los colaboradores, en las actividades del PSI, con aspiraciones a mejorar el nivel en el que se encuentra en estos momentos según la encuesta y los resultados obtenidos.

**Tabla 2.***Uso de las Redes sociales*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	2	16.7
Medio	9	75.0
Alto	1	8.3
Total	12	100.0

*Fuente:* Cuestionario de la comunicación corporativa interna, vía redes sociales

En la tabla 2, muestra la segunda variable, que el nivel de frecuencia de las redes sociales por parte de los trabajadores del Programa Subsectorial de Irrigaciones, es medio, con un 75.0%; un nivel alto expresado en un 8.3% y un nivel bajo con un 16.7%. De los resultados obtenidos nos dicen que la frecuencia del uso de las redes sociales por parte de los colaboradores del Programa Subsectorial de Irrigaciones se encuentra en un nivel medio, es decir que el 75% de nuestra población de colaboradores, aún necesita usar con frecuencia las redes sociales, para que en consecuencia tengamos una muy buena transmisión, difusión y la información de sus contenidos de las diferentes actividades de las zonas de la Costa y Sierra del Perú, el impacto será que las comunidades no se sentirán aisladas, ya que estos medios de comunicación ayudan para que estén día a día informados de sus actividades del programa y puedan cumplir con los proyectos o actividades que brinda el PSI.

## 4.2 Objetivo Especifico

4.2.1 Describir la percepción de los colaboradores de la comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones.

**Tabla 3.**

*Nivel de percepción de la comunicación interna de los colaboradores del Programa Subsectorial de Irrigaciones.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	33.3
Medio	7	58.3
Alto	1	8.3
Total	12	100.0

*Fuente:* Cuestionario de la comunicación corporativa interna vía redes sociales

En la tabla 3, muestra que los colaboradores del PSI perciben que el nivel de la comunicación corporativa interna se encuentra en un nivel medio, con un 58.3%; un nivel alto expresado en un 8.3% y un nivel bajo con un 33.3%. Los resultados nos dicen que la percepción de la comunicación interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones se encuentra en un nivel medio, es decir que el 58.3% del total de nuestra población, sin embargo vemos que también en una buena proporción se encuentra en una percepción de comunicación baja con un 33.3%, el porcentaje de esta encuesta es considerable, por lo tanto existe la posibilidad de encontrar ciertos factores que indiquen el nivel de percepción de las comunicaciones que se realizan en el Programa Subsectorial de Irrigaciones.

**4.2.2** Describir cómo se vienen utilizando las herramientas de las Redes Sociales, Facebook y Twitter, para fomentar la información a los colaboradores del Programa Subsectorial de Irrigaciones.

**Tabla 4.**

*Nivel de uso de las herramientas de las redes sociales, Facebook y Twitter, para fomentarla información a los colaboradores del PSI.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	33.3
Medio	7	58.3
Alto	1	8.3
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

*Fuente:* Comunicación corporativa interna y vía redes sociales

En la tabla 4, muestra que el nivel del uso de las herramientas de las redes sociales por parte de los trabajadores del Programa Subsectorial de Irrigaciones, es medio, con un 58.3%; un nivel alto expresado en un 8.3% y un nivel bajo con un 33.3%. De los resultados obtenidos se encuentra en un nivel medio con un 58.3% de nuestra población de colaboradores, esto quiere decir que si hay un porcentaje que hace el buen uso de las herramientas aplicadas en el PSI, que se debe mejorar en varios puntos, como son el trabajo en equipo, esta herramienta es importante para el logro de los objetivos, cabe mencionar que tenemos que poner mucho más énfasis y los que se encuentran dentro del nivel bajo con un 33.3%, debido a que esta población carece de las herramientas del uso de las redes sociales como son el Facebook y Twitter.

**4.2.3** Determinar cómo mejorar la comunicación interna de los colaboradores del Programa Subsectorial de irrigaciones, vía redes sociales.

**Tabla 5.**

*Nivel de Impacto de la mejora en la comunicación interna de los colaboradores del PSI, vía redes sociales Facebook y Twitter.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	1	8.3
Medio	8	66.7
Alto	3	25.0
Total	12	100.0

*Fuente:* Comunicación corporativa interna y vía redes sociales

En la tabla 5, muestra que el nivel de mejora en la comunicación interna por parte de los trabajadores del Programa Subsectorial de Irrigaciones, es medio, con un 66.7%; un nivel alto expresado en un 25.0% y un nivel bajo con un 8.3%. Esto significa que el nivel de mejora en la comunicación interna es bueno por parte de los colaboradores del Programa Subsectorial de Irrigaciones, favoreciendo las relaciones interpersonales de la imagen en la comunicación interna de los trabajadores.

#### IV. DISCUSIÓN

Aguirre (2020) manifiesta que en estos años, las organizaciones hacen uso frecuente de los medios de comunicación que son las redes sociales, lo cual establece contacto de forma rápida, de esta manera genera la comunicación entre consumidores y las empresas, no solo difunden las promociones de sus productos, sino que también hace uso de información corporativa derivada al desarrollo de sus diferentes actividades, de esta forma los consumidores reciben buena difusión por parte de la organización y hacer sentir bien y en confianza al consumidor, así generara resultados positivos.

Evaluando el objetivo general que es caracterizar la Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones, vía redes sociales, fue posible apreciar mediante la encuesta que se recolecto datos que es medio con un 58.3%, un nivel alto expresado en un 25.0% y un nivel bajo con un 16.7%, así mismo para distinguir las causas, procesos del problema con la base de las variables que son comunicación corporativa interna y vía redes sociales, los que nos lleva a pensar que no estamos frente a un mal manejo de la información, pero tampoco estamos en un nivel superior, es decir se puede realizar mejoras dentro del Programa Subsectorial de Irrigaciones, dando por hecho que la integración de todos los colaboradores en las actividades del PSI, con aspiraciones a mejorar el nivel en el que se encuentra en estos momentos según la encuesta y los resultados obtenidos, también se acudió a importantes fuentes bibliográficas, esto ayudo a que se viera con más claridad cuán importante es saber hacer un buen uso de estos medios de comunicación, ya que algunos autores recomiendan como deben manejar estas redes sociales y que no lleguen a los vicios porque es dañino para la salud, la investigación trata de resolver el problema que es la necesidad de la utilización de estos medios sociales, como es el Facebook y Twitter, para que haya una buena difusión de sus contenidos, utilizando un lenguaje sencillo por parte de la institución hacia los colaboradores y agricultores de la zona de la Costa y Sierra del Perú.

Bastidas (2020) dice que las adicciones al internet por parte de los jóvenes han crecido enormemente, es por ello que plantea que se debe usar la inteligencia emocional, ya que se aplica varias herramientas como son el manejo de las

emociones, ayudarlos en entender que estos medios sociales, deben ser usado moderadamente, en su investigación manifiesta que el buen manejo de las redes sociales llevara por el buen camino ya que se requiere para usar por estudios, negocios, entretenimientos, juegos, pero para algunos no lo hacen efectivo este uso, si no el mal manejo de estos medios de comunicación, plantea que debe haber métodos de cómo usar la redes, recalca que la inteligencia emocional, percibe, comprende, expresa y gestiona las emociones, como las reacciones son una de ellas, los desafíos, como modificar estas emociones, el ponerse en el lugar del otro y el auto control ayuda a reflexionar para que no se dejen llevar por ellos ciegamente.

Correa (2019) expresa que el uso excesivo de la redes sociales, puede dañar los estados emocionales, esto perjudicara en sus aprendizajes especialmente en los niños, lo cual generara que no capten y retengan lo estudiado, así mismo menciona de lo que investigo que llego a la conclusión que mediante encuestas realizadas que entre las edades de 8 y 12 son los que hacen uso frecuente de estos medios sociales y que los padres deben tener integrarse con ellos, deben dialogar, que su comunicación sea constante, explicándoles cómo deben usar las redes sociales, si lo usan muy frecuente les puede dañar la salud, quiere decir que se estaría evitando que se genere más daño en la sociedad.

En concordancia con el objetivo específico, describir la percepción de la comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones arrojo resultados que el nivel de frecuencia de las redes sociales por parte de los colaboradores del PSI es medio con un 58.3%, un nivel alto expresado en un 8.3% y un nivel bajo con un 33.3%, la investigación busca incrementar la mejora de la comunicación, para que logre sus objetivos, que mediante estas redes sociales sean un elemento importante y así pueda llegar la difusión de sus contenidos a las diferentes comunidades agrícolas tanto de la costa como la sierra, los resultados nos dice que la percepción de la comunicación interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones, por parte de sus trabajadores es aceptable y positiva para el buen manejo de una buena información de sus contenidos.

Limas (2019) dice que el aumento de los progresos de la tecnología en este siglo XXI, se vienen modificando en la forma de comunicación de información



corporativa, esto conlleva a nuevas tendencias tecnológicas, sobre las promociones, publicidad, esto representa buenas oportunidades para que se compartan difusiones, informaciones, con sus clientes de manera que esto mejora para la fidelización de ellos, esto es una motivación positiva porque sus productos que ofrecen, hacen que lleguen de manera rápida, segura, de calidad y el cliente se sienta satisfecho y conforme con el servicio, como conclusión, esta herramienta de las redes sociales en la comunicación externa es positiva, rápida y segura aplicada con sus formatos, para que tengan mayor impacto de aceptación y el éxito en la comunicación digital.

Evaluando sobre el siguiente objetivo específico referido de cómo se vienen utilizando las herramientas de las redes sociales para fomentar la difusión a los colaboradores del Programa Subsectorial de Irrigaciones, muestra que el nivel de uso de las herramientas de los medios de comunicación por parte de los trabajadores del PSI es medio, con un 58.3%, un nivel alto expresado en un 8.3% y un nivel bajo con un 33.3%, esto quiere decir que si hay un porcentaje que hace el buen uso de las herramientas aplicadas en el Programa, que se debe mejorar en varios puntos, como son el trabajo en equipo, ya que esta herramienta es importante para el logro de los objetivos, cabe mencionar que tenemos que poner mucho más énfasis y los que se encuentran dentro del nivel bajo con un 33.3%, debido a que esta población carece de las herramientas del uso de las redes sociales como son el Facebook y Twitter. La investigación realizada, está enfocada en describir la utilización de la comunicación corporativa interna, para que llegue a los usuarios y a las comunidades de la costa y sierra del Perú, vía redes sociales, de esta manera se ponga en marcha el perfeccionamiento de sus informaciones, con una buena elaboración del proyecto de las comunicaciones y difusiones digitales, los resultados nos dicen que los colaboradores hacen un buen empleo de estas herramientas en los medios de comunicación, en la difusión de sus contenidos de sus diferentes actividades del Programa Subsectorial de Irrigaciones.

Fernández (2019) manifiesta que los múltiples problemas que se vienen dando por el nivel bajo de comunicación interna entre los colaboradores de una empresa, mediante una estrategia que implemento que es “Teoría de la Acción Comunicativa de Habermas”, es con el fin de aplicar metodología para una buena

comunicación, así también como la aplicación de herramientas de técnicas de mejoras de información, de mejoras de nivel de interacción en las comunicación con los colaboradores, todo lo antes mencionado con la técnica de Herbermas es para que mejore el nivel de comunicación, mediante los compromisos con los colaboradores, dando la motivación adecuada, capacitándolos, que sientan que trabajan en equipo, que el clima laboral se note los cambios de transformación, esta técnica de Habermas manifiesta que si resulta porque arroja resultado y la empresa percibirá los puntos negativos de porque la comunicación con sus trabajadores es pobre, como está el clima laboral interno, porque la desmotivación es alta, porque no hay confianza entre los colaboradores, es por ello al incluir estas herramientas tan importante hace que vean los puntos débiles, ayudara para que fortalezcan y crezcan en sus comunicaciones y lleguen a sus metas trazadas y sea favorable.

Ramírez (2020) la satisfacción laboral y la comunicación interna lo hizo mediante un método descriptivo, que es aceptable en esta muestra porque la comunicación es fluida, tienen constantes motivaciones, aplican varias herramientas como son de la confianza, reconocimientos en sus actividades que realizan eso hace que los colaboradores se sientan bien, así mismo los capacitan constantemente, cuando ellos se enfrentan con la competencias están preparados, también se les capacita para el buen trato a los clientes, como fidelizarlos, en conclusión dice el autor para que haya buenas respuestas, cumplimientos en los compromisos por parte de los colaboradores es mantenerlos en constante comunicación, valorarlos, motivarlos, darles la confianza de esta manera haya una buena satisfacción laboral y exitosa.

Farabello (2020) manifiesta sobre la comunicación interna y la aplicación del liderazgo, con aplicaciones de técnicas de tecnologías, como son las capacitaciones para los líderes, ellos deben ser personas con alta capacidad en el manejo de emociones, de esta manera puedan transmitir a sus colaboradores, grandes herramientas de confianza, fortalezas, trabajo en equipo, que los colaboradores se sientan motivados por sus líderes, cuando haya obstáculos, el líder sea la persona que apoye para la solución de estos problemas, estas estrategias demuestran la importancias para que sigan adelante en sus proyectos, nos dice cuanto más comunicación brinde el líder a sus trabajadores, mayor será

la respuesta positiva por parte del colaborador, hicieron estudios, que arrojo resultados altos, cuanto más se integre a su equipo el líder, aporte valores, aporte conocimientos y sume la motivación, será el éxito grande para el equipo de trabajo, así como también para la organización y que todo proyecte que encomiende la empresa, el resultado será grande y satisfactorio.

Al evaluar el tercer objetivo específico referido a determinar cómo mejorar la comunicación interna de los colaboradores del Programa Subsectorial de Irrigaciones, vía redes sociales, muestra que el nivel de mejora en la comunicación interna por parte de los trabajadores es medio con un 66.7%, un nivel alto expresado en un 25.0% y un nivel bajo con un 8.3%, esto significa que el nivel de mejora en la comunicación interna es bueno por parte de los colaboradores del PSI, favoreciendo las relaciones interpersonales de la imagen en la comunicación interna de los trabajadores, la investigación busca que se usen estos medios de comunicación porque es económica y las más usadas son Facebook y Twitter, lo cual no se necesita de mayores presupuestos, el objetivo es de llegar a todos los usuarios y las comunidades agrícolas de la Costa y Sierra del Perú, de esta manera los agricultores estén informados de las diferentes actividades que tiene el Programa Subsectorial de Irrigaciones, esto generara que se beneficien.

La Torre (2019) dice que es clave importante el mantener comunicación clara, precisa, con lenguaje entendible, si se aplica estas herramientas será exitoso, así mismo incluir las redes sociales como correos electrónicos, WhatsApp u otros medios son informaciones que llegan rápido, es por ello que es importante las capacitaciones y mantener la buena comunicación.

## VI. CONCLUSIONES

El estudio nos permite deducir las siguientes conclusiones:

1. Que el nivel de comunicación corporativa interna vía redes sociales por parte de los colaboradores del Programa Subsectorial de Irrigaciones, es medio, con un 58.3%; lo que nos lleva a pensar que no estamos frente a un mal manejo de la información, pero tampoco estamos en un nivel superior, es decir se puede realizar mejoras de comunicación dentro del programa.
2. Que el nivel de frecuencia de las redes sociales por parte de los trabajadores del PSI, es medio, con un 75.0%; de los resultados obtenidos nos dicen que nuestra población de colaboradores, aún necesita usar con frecuencia estos medios sociales, para que en consecuencia tengamos una muy buena transmisión, difusión y la información de sus contenidos de las diferentes actividades y el impacto será que las comunidades no se sentirán aisladas, y puedan cumplir con los proyectos o actividades que brinda el PSI.
3. Que la percepción de la comunicación interna es medio con un 58.3%; los resultados que se obtuvieron nos dicen que esta encuesta es considerable, aceptable y positiva, para garantizar el buen manejo de la información y la organización de sus contenidos.
4. Que las herramientas de las redes sociales por parte de los trabajadores del Programa Subsectorial de Irrigaciones, es medio, con un 58.3%; en estos resultados obtenidos, si hay un porcentaje que hace el buen uso y aplicación de estas herramientas, que se debe mejorar en varios puntos, como son el trabajo en equipo, cabe mencionar que tenemos que poner mucho más énfasis en los que se encuentran dentro del nivel bajo con un 33.3%, debido a que esta población carece de estos instrumentos de las redes sociales como son el Facebook y Twitter.
5. Que el nivel de mejora en la comunicación interna por parte de los trabajadores del PSI, es medio, con un 66.7, esto nos dice que la comunicación interna es buena por parte de los colaboradores del Programa Subsectorial de Irrigaciones, favoreciendo las relaciones interpersonales de la imagen en la comunicación interna de los trabajadores.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda aplicar la estrategia en comunicación en las páginas de las redes sociales de la entidad para conseguir más seguidores.
2. Implementar nuevas técnicas para obtener mayor alcance e interés por los usuarios de la entidad y así incrementar la afluencia del público, que va interactuar en las redes sociales.
3. Por lo cual, es recomendable que la entidad busque establecer no solo contacto rápido para transmitir información, sino además mecanismos que le permitan interactuar con sus seguidores y generan identidad con el PSI.
4. El PSI debería crear una oficina de comunicaciones y tener un presupuesto asignado a esta, para mejorar la comunicación a través de la implementación de publicidad pagada y así obtener mayor público.
5. Asignar una persona responsable encargada de diseñar los contenidos que aparecerán en las redes sociales, ésta deberá integrarse al equipo de la oficina de comunicaciones.

## REFERENCIAS

- Aced, C. y Miquel, S. (2021). La comunicación interna de las empresas españolas en clave estratégica. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 2. LaComunicacionInternaDeLasEmpresasEspanolasEnClave-7989604.pdf.<https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/2021-v12-n2-comunicacion-interna-empresas-espanolas-clave-estrategica>
- Aced, C. y Bosch, L. (2016). Redes sociales virtuales en la comunicación corporativa del IBEX 35: usos, desarrollo e importancia según sus responsables, rev. científica. <https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/2017-v8-n1-redes-sociales-virtuales-en-la-comunicacion-corporativa-del-ibex-35-usos-desarrollo-e-importancia-segun-sus-responsables>.
- Aguirre, C. (2020) Antecedentes y consecuencias de compartir información mediante boca-oído electrónico sobre actividades de responsabilidad social corporativa. *Digitum Biblioteca Universitaria Murcia*. <https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/98766>
- Arias, J. (2020). Proyecto de tesis: guía para la elaboración. *Repositorio CONCYTEC*, 1. <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2236>
- Organización de la Unidad Ejecutora del Programa Subsectorial de Irrigaciones – PSI. <http://www.psi.gob.pe/docs//organigrama/organigrama.pdf>
- Bastidas, L. (2020). Adicción al Internet e Inteligencia Emocional en Adolescentes: Unidad. Educativa Juan Pablo II. *Repositorio Digital Universidad Central del Ecuador*. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/20850>
- Bonilla, G. y Chávez, A. (2017). La Importancia de las Redes Sociales en El Marketing de una Compañía. *Latin Rev*, 2. <http://206.189.217.80/index.php/revista/article/view/5>
- Bosco, R. (2018) Los Usos de Facebook y WhatsApp. *Reice*, 4. referido de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/551/55160082003/55160082003.pdf>
- Correa, A. (2019). El uso excesivo del celular y manejo de las emociones en niños entre 8 y 12 años de la institución educativa la frontera del municipio de Saravena, Arauca. *Politécnico Grancolombiano*.

- Cutipá, D. (2021). Métodos eficientes para la contratación de trabajadores del área de RS Technology de la empresa Cineplanet 2018. *Repositorio Institucional de la Universidad Peruana de las Américas*, 1. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/>
- Córdova, G. (2018). Clima social familiar y adicción a las redes sociales en los Estudiantes del Colegio Militar Andrés Avelino Cáceres de Morales-San Martín. *Repositorio de Tesis Universidad Peruana Unión*, 1. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20500.12840/1441>
- Calapuja, S. (2020). Modelo Canvas: herramienta de éxito, uso y conveniencias en diferentes sectores *Repositorio Institucional Universidad Nacional del Altiplano*. <http://tesis.unap.edu.pe/handle/UNAP/15210>
- Diario el Peruano 2021 Normas Legales. [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2041837/ds\\_024\\_2021\\_mimp.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2041837/ds_024_2021_mimp.pdf)
- Diario Oficial el Peruano Ley N° 30823, PODER LEGISLATIVO, CONGRESO DE LA REPUBLICA - Ley que delega en el Poder Ejecutivo la facultad de legislar en materia de gestión económica y competitividad, de integridad y lucha contra la corrupción. [https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016\\_2021/ADLP/Normas\\_Legales/30823-LEY.pdf](https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/ADLP/Normas_Legales/30823-LEY.pdf)
- Farabello, R. (2020). PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2.0 Y LIDERAZGO COACH EN LOZADA VIAJES. *Universidad siglo 21*. <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/18923>
- Flores, K.; Gonzales, R. y Lobo, E. (2020). Estrategia alternativa para la resolución de conflictos en las redes sociales digitales. *Cid Journal*, 1. <https://www.ciidjournal.com/index.php/abstract/article/view/47>
- Fernández, N. (2019) Programa de gestión basado en la teoría de la acción comunicativa de Habermas, para mejorar el nivel de comunicación interna en los trabajadores de la institución educativa n° 16193 - Bagua. *Repositorio Institucional Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo*. <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/7270>

- Goleman, D. (2018) *Inteligencia emocional en la empresa*. España: Penguin Random House Grupo Editorial España.  
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IVJLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=revista+daniel+goleman+de+la+importancia+de+la+comunicacion+en+la+inteligencia+emocional&ots=maWSWxVss1&sig=fn5xSvFYhunxOQFtrNe-CBILuXY#v=onepage&q&f=false>
- Goleman, D (2018) *Las redes sociales en la inteligencia emocional: WMCMF web del maestro*. <https://webdelmaestrocmf.com/portal/daniel-goleman-las-redes-sociales-no-han-ayudado-mucho-se-ve-ahi-mucha-desinformacion-pero-tambien-emociones-desbordadas-textos-irreflexivos-que-solo-aumentan-el-temor-y-la-ansiedad/>
- Guillen, S. (2019) Uso de redes sociales por estudiantes de pregrado de una facultad de medicina en Lima, Perú. *Scielo Perú*, 1. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1018-130X2019000200005&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1018-130X2019000200005&script=sci_arttext)  
<https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/70005/131440.pdf?sequence=1>
- Gómez, J. (2016) El protocolo de investigación, la población de estudio. *Revista Alergia Mexio*, 2. [https://www.google.com/search?q=que+es+Poblaci%C3%B3n%2FMuestra+\(criterios+de+selecci%C3%B3n\)+en+una+tesis&oq=que+es+Poblaci%C3%B3n%2FMuestra+\(criterios+de+selecci%C3%B3n\)+en+una+tesis+&aqs=chrome..69i57.29327j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=que+es+Poblaci%C3%B3n%2FMuestra+(criterios+de+selecci%C3%B3n)+en+una+tesis&oq=que+es+Poblaci%C3%B3n%2FMuestra+(criterios+de+selecci%C3%B3n)+en+una+tesis+&aqs=chrome..69i57.29327j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
- García, M. (2019). Análisis de los procesos comunicacionales internos y su incidencia en el comportamiento organizacional del Ministerio de Cultura y Patrimonio. *Repositorio Digital*. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/18042>
- Guest, A. (2019). Redes sociales: qué son, cómo funcionan, qué tipos existen y cómo influyen en las estrategias de Marketing. *Blog Rockcontent*. <https://rockcontent.com/es/blog/que-son-las-redes-sociales/>
- Hernández, M. (2020). Diagnóstico del potencial de las redes sociales como recurso didáctico en el proceso de enseñanza en época de aislamiento social. *Revista Espacios*, 2.



- Hernández, M. (2017). alcance de la investigación. *La investigación*, 5.  
[https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=+hernandez+sobre+investigacion+cuantitativa+&btnG=](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=+hernandez+sobre+investigacion+cuantitativa+&btnG=)
- Informe de Transferencia de Gestión del Programa Subsectorial de Irrigaciones. Reporte de Cumplimiento Misional enero 2017.  
[http://www.psi.gob.pe/docs//Gestion/Informe\\_Transparencia.PDF](http://www.psi.gob.pe/docs//Gestion/Informe_Transparencia.PDF)
- Ley De Organización Y Funciones Del Ministerio De Desarrollo Agrario Y Riego.  
<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-de-organizacion-y-funciones-del-ministerio-de-desarrollo-ley-n-31075-1905747-4/>
- La Torre, G. (2019). Evaluación de la comunicación interna en organizaciones del sector productivo. *Ciencia América*.  
<http://201.159.222.118/openjournal/index.php/uti/article/view/221>
- Limas, S. (2019). La comunicación corporativa y su influencia a través de la publicidad digital. Un estudio en productos de la línea cosmética y cuidado corporal en el departamento de Boyacá (Colombia). *Repositorio Digital Universidad Simón Bolívar*.  
<http://bonga.unisimon.edu.co/handle/20500.12442/3630>
- López, I.; Avellano, A.; Barute, L. y Vidal, M. (2018) Juegos digitales en la educación superior. *Scielo*, 1. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-21412018000100025](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412018000100025)
- La estrategia de comunicación>Definición y aspectos. (2011, 23 de julio).  
 Página de información general. <http://www.bolunta.org/manual-comunicación/comunicacion-4-1.asp>
- Martínez, M. (2018). Uso de redes sociales en las revistas científicas de la Universidad de Los Andes, Venezuela. *Scielo*, 1.
- Mejía, C. (2020). Percepción de miedo o exageración que transmiten los medios de comunicación en la población peruana durante la pandemia de la COVID-19. *Revista Cubana de Investigación Biomédicas*, 1.
- Morán, A. (2019). Uso de las redes sociales Facebook y Twitter por parte de los asesores de prensa de congresistas durante el período anual de sesiones 2018-2019 - Lima Cercado. *Repositorio Institucional de la UTP*, 1.

- Mejía, C. (2017). Uso del Smartphone y de Facebook asociado a la autopercepción del rendimiento académico en estudiantes de Medicina peruanos. *Scielo*, 1. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2307-21132017000100006&script=sci\\_arttext&lng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2307-21132017000100006&script=sci_arttext&lng=pt)
- Organización del Programa Subsectorial de Irrigaciones. (2018, 29 de enero). <http://www.psi.gob.pe/que-es-el-psi/organización>
- Portal de Transparencia del Programa Subsectorial de Irrigaciones (PSI). [https://www.transparencia.gob.pe/enlaces/pte\\_transparencia\\_enlaces.aspx?id\\_entidad=13090&id\\_tema=5&ver=#.YezXZP7MLIU](https://www.transparencia.gob.pe/enlaces/pte_transparencia_enlaces.aspx?id_entidad=13090&id_tema=5&ver=#.YezXZP7MLIU)
- Pizzolante, I. (2019). Comunicación interna: Una visión enfocada en las organizaciones. *Repositorio de Tesis Universidad Peruana Unión*. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/2584>
- Programa Cooperación Transfronteriza España – Fronteras Exteriores (sin fecha). Manual de uso de los Medios Sociales (Redes Sociales). (Sin número de edición) [http://www.apega.org/attachments/article/896/manual\\_uso\\_medios\\_sociales.pdf](http://www.apega.org/attachments/article/896/manual_uso_medios_sociales.pdf)
- Pérez, L. (2020). Calidad del instrumento de recolección de datos de las tesis de pregrado en la Escuela Profesional de Odontología de una universidad nacional del Perú. *Repositorio Institucional Digital de la Universidad Nacional Jorge Basadre*, 1. <http://www.repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/4123>
- Programa Subsectorial de Irrigaciones. [PSI]. (2018, 27 de junio). Página del Twitter del PSI [Perfil del PSI] [http://twitter.com/psi\\_gob?lang=ets](http://twitter.com/psi_gob?lang=ets)
- Programa Subsectorial de Irrigaciones. [PSI]. (2018, 28 de junio). Página del Facebook [muro del Facebook]. Recuperado de: <http://m.facebook.com/PSIPeru>
- Que Es Planificación De Medios: Definición (sin fecha) <https://iiemd.com/planificacion/planificacion-de-medios/que-es-planificacion>
- Plan Operativo Institucional 2016 Ministerio De Agricultura Programa Subsectorial De Irrigaciones. [http://www.psi.gob.pe/docs/Transparencia/PEP/POI\\_2013.pdf](http://www.psi.gob.pe/docs/Transparencia/PEP/POI_2013.pdf)
- Ramírez, R. (2020). Comunicación interna y satisfacción laboral de los trabajadores del área financiera de la Universidad Peruana Unión – Lima, 2019. *Repositorio de Tesis Universidad Peruana Unión*. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/3971>

Rodríguez, A. y Miqueli, B. (2019). La estructura de la variable proceso de formación de profesionales en pregrado. *Scielo transformación*, 1. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2077-29552019000100110&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2077-29552019000100110&script=sci_arttext&tlng=pt)

Redes sociales genéricas. (2017, 16 de abril). <http://www.fotonostra.com/digital/redgenerica.htm> Sánchez, A.

(2020). Estrategia y comunicación en redes sociales: Un estudio sobre la influencia del movimiento RealFooding. *Revista Internacional De Comunicación*. [https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=articulo+2019+sobre+la+e+strategias+de+la+comunicacion+en+las+redes+sociales+sanchez&btnG=](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=articulo+2019+sobre+la+e+strategias+de+la+comunicacion+en+las+redes+sociales+sanchez&btnG=)

Tica, E.: Isabel, G.; Ruiz, p.; y Augusto, D. (2018). El marketing digital en las redes sociales Facebook, LinkedIn y YouTube y su influencia en la fidelización de los clientes de la empresa Atanasovski corredores de seguros. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas*, 1. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/623548>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego – PSI – comprometidos con la seguridad alimentaria del país, para lograr mejor calidad de vida. <https://www.gob.pe/midagri>

## Anexo 1.

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Vía Redes Sociales

FORMULACIÓN DE LPROBLEMA	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS	VARIABLES	POBLACIÓN YMUESTRA	ENFOQUE NIVEL (ALCANCE) /DISEÑO	TÉCNICA /INSTRUMENTO
<b>Problema Principal:</b>	<b>Objetivo Principal:</b>					
¿Cómo se desarrolla la comunicación Corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones (PSI) del Minagri, vía Redes Sociales?	Caracterizar la comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones, vía Redes Sociales.		<b>VI.:</b> Comunicación Corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Minagri.	<b>UNIDAD DE ANÁLISIS</b> Colaboradores del Programa Subsectorial de Irrigaciones (PSI).	<b>Diseño de investigación:</b>	<b>Técnica:</b> encuesta
<b>Problemas específicos:</b>	<b>Objetivos Específicos:</b>	La comunicación corporativa interna de los colaboradores del PSI, mejorara con el uso efectivo de las Redes Sociales como : Facebook ,Twitter.		<b>POBLACIÓN</b> 12 colaboradores del área de comunicación, informática e imagen institucional del Programa de Irrigaciones	Cuantitativo /Ddescriptivo	<b>Instrumentos:</b> cuestionario
1. ¿Cuál es la percepción de los colaboradores del Programa Subsectorial de Irrigaciones, respecto a la comunicación interna, vía redes sociales?	1. Describir la percepción de los colaboradores de la comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Minagri.					<b>Métodos de Análisis</b>
2. ¿Cómo se vienen utilizando las herramientas de las redes sociales, para fomentar la difusión a los colaboradores del PSI?	2.Describir cómo se vienen utilizando las herramientas de las Redes Sociales para fomentar la difusión a los colaboradores del Programa Subsectorial de Irrigaciones.		<b>VD:</b> Redes Sociales			<b>e Investigación:</b> En cuanto al análisis del cuestionario será validado por expertos, y el método estadístico Alfa de Cronbach
3 ¿Como mejorar la comunicación interna del PSI, vía redes sociales?	3.Determinar cómo mejorar la comunicación interna de los colaboradores del PSI, vía redes sociales.			<b>MUESTRA</b> Por ser pequeña es la misma población.		

## Anexo 2. Matriz de Operacionalización

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Comunicación Corporativa	Es una estrategia para gestionar e integrar el equipo humano de una empresa. Se utiliza, en ocasiones, simplemente para informar y en otras para motivar, persuadir, o explicar contenidos de interés que aumente la productividad de los colaboradores. La comunicación corporativa interna gestionada de forma adecuada tiene múltiples ventajas como: aumento de la productividad, rapidez en la solución de problemas y mejora la relación entre los trabajadores. (Martin, 2017).	La variable comunicación Corporativa Interna Del Programa Subsectorial de Irrigaciones, será extraída a través de encuestas a partir de sus dimensiones de la comunicación del programa.	Visión y misión del PSI	Información de visión y misión del PSI a colaboradores.	Escala de Likert (Siempre, generalmente, ocasionalmente, nunca, no observado).
				Difusión de objetivos y actividades del PSI.	
				Comunicación y propagación del riego tecnificado.	
				Fortalecer los programas de actividades que serán Dirigidos a los usuarios por parte del PSI.	
			Integración entre colaboradores	Promoción del liderazgo de las comunidades agrícolas.	
				Trabajo de equipo de los colaboradores.	
				Liderazgo de los equipos del PSI.	
Información clara respecto al servicio del PSI.					
Redes Sociales	Son una serie de plataformas digitales que permiten la conexión e interacción entre diversas personas, así como la difusión ilimitada de información. Su potencial para conectar con la audiencia ha hecho que sean casi una herramienta imprescindible en el entorno empresarial. (Aced, 2020).	Perspectiva de las Redes Sociales, dirigido para el empleo eficaz de los recursos de información, asegurar la confiabilidad, el aumento de la transmisión de los datos, sean favorables para la ciudadanía del PSI.	Trasmisión	Comunicación interna a las áreas asignadas sobre las actividades que se van a realizar.	
				Coordinación del trabajo en equipo, sobre las emisiones de los mensajes.	
				Herramientas que se utilizaran en las redes sociales para llegar al Facebook y Twitter.	
			Confiabilidad en la toma de decisiones	Determinación de respuestas inmediatas, que se creará confianza y credibilidad.	

Fuente: Elaboración propia.



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## ESCUELA DE POSGRADO PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRIA EN GESTIÓN PÚBLICA

### CUESTIONARIO DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA INTERNA DEL PROGRAMA SUB SECTORIAL DE IRRIGACIONES.

Es grato dirigirme a usted, para hacerle llegar el presente cuestionario, que tienen por finalidad obtener información sobre la comunicación corporativa interna del PSI, vía redes sociales. Estos resultados que se obtengan serán de uso exclusivo para la investigación.

**INSTRUCCIONES:** Marca con una (x) la alternativa que más se acerque a su opinión, de acuerdo a lo indicado.

Variable 1: Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones

Variable 2: Redes sociales Facebook y Twitter

#### Escala de Likert

1- Nunca	2- Casi nunca	3- A veces	4- Casi siempre	5- Siempre
----------	---------------	------------	-----------------	------------

N°	Dimensiones	1	2	3	4	5
<b>Visión y misión del PSI:</b>						
01	¿La visión y misión del PSI es dada a conocer a los colaboradores internos?					
02	¿Conoce proyectos de difusión del PSI del servicio de riego tecnificado?					
03	¿Considera que el servicio de riego tecnificado del PSI, se viene difundiendo adecuadamente a través de las redes sociales?					
04	¿Cree usted que la participación de los colaboradores en los programas de actividades para usuarios del PSI, fortalece su identidad con los objetivos y fines institucionales?					
<b>I. Integración entre colaboradores</b>						
05	¿Considera que se promueve el trabajo de los colaboradores promueve el liderazgo de las comunidades agrícolas?					

06	¿Considera que los equipos de trabajo están informados de las actividades del PSI, mediante las redes sociales?					
07	¿Considera que los colaboradores del PSI, trabajan en equipo y motivados?					
08	¿Las herramientas de comunicación proporcionadas a los líderes de equipo, permiten una buena información para los usuarios?					
09	¿Los mensajes transmitidos por parte de la institución, se transmiten adecuadamente a través de las redes sociales?					
<b>I. Trasmisión</b>						
10	¿Cree que las distintas actividades del PSI, se difunden oportunamente a las diferentes áreas de la institución?					
11	¿Los equipos informáticos con los que cuenta la entidad, favorecen la comunicación a usuarios internos y externos a través del Facebook y Twitter?					
12	¿Usted cree que se utilizan las herramientas adecuadas para la buena trasmisión en las redes sociales?					
<b>I. Confiabilidad en la toma de decisiones</b>						
13	¿Los mensajes que brinda la institución permiten tomar decisiones rápidas y confiables, por parte de los usuarios?					
14	¿Considera usted que los colaboradores responsables del área de comunicación cumplen con sus funciones que se le asigna?					

### Anexo 4. FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

**TÍTULO DE LA TESIS:** Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Vía Redes Sociales.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Comunicación corporativa interna	Visión y misión del PSI	Información de visión y misión del PSI a colaboradores.	1. ¿La visión y misión del PSI es dada a conocer a los colaboradores internos?	X		X		X		X		
		Difusión de objetivos y actividades del PS	2. ¿Conoce proyectos de difusión del PSI del servicio de riego tecnificado?	X		X		X		X		
		Comunicación y propagación del riego tecnificado	3. ¿Considera que los medios de información de las redes sociales, con los que viene difundiendo el servicio de riego tecnificado del PSI, son adecuados?	X		X		X		X		
		Fortalecer los programas de actividades que serán dirigidos a los usuarios por parte del PSI.	4. ¿Cree usted que la información que se viene difundiendo, fortalece la identidad del colaborador con los objetivos y fines del PSI?	X		X		X		X		
	Integración entre colaboradores	Trabajo de equipo de los colaboradores.	5. ¿Considera que se promueve el liderazgo de las comunidades agrícolas?	X		X		X		X		
		Liderazgo de los equipos del PSI.	6. ¿Considera que los equipos de trabajo están informados de las actividades del PSI, mediante las redes sociales?	X		X		X		X		
		Información clara respecto al servicio del PSI.	7. ¿Considera que los colaboradores del PSI, trabajan en equipo y motivados?	X		X		X		X		
8. ¿Las herramientas de comunicación proporcionadas a los líderes de equipo, permiten una buena información para los usuarios?	X			X		X		X				



			9. ¿Los mensajes transmitidos por parte del PSI, se transmiten adecuadamente a través de estos medios de comunicación?	x		x		x		x	
Redes Sociales	Trasmisión	Comunicación interna a las áreas asignadas sobre las actividades que se van a realizar.	10. ¿Cree que las distintas actividades del PSI, se difunden oportunamente a las diferentes áreas de la institución?	x		x		x		x	
		Coordinación del trabajo en equipo, sobre las emisiones de los mensajes.	11. ¿Los equipos informáticos con los que cuenta la entidad, favorecen la comunicación a través del Facebook y Twitter, con usuarios internos y externos?	x		x		x		x	
		Herramientas que se utilizaran en las redes sociales para llegar al Facebook y Twitter.	12. ¿Usted cree que se utilizan las herramientas adecuadas para la buena trasmisión en las redes sociales?	x		x		x		x	
Confiabilidad en la toma de decisiones	Determinación de respuestas inmediatas, que se creará confianza y credibilidad.	13. ¿Los mensajes que brinda la institución permiten tomar decisiones rápidas y confiables, por parte de los usuarios?	x		x		x		x		
		14. ¿Considera usted que los colaboradores responsables del área de comunicación cumplen con sus funciones que se le asigna?	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: Mg. Ruperto Arroyo Coico

Firma del experto :

EXPERTO EVALUADOR

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### 1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Vía Redes Sociales.

### 2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario.

### 3. TESISTA:

Br.: Teresa Del Milagro Llontop Silva.

### 4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 03 de noviembre de 2021



DNI 42366595

Mg. Ruperto Arroyo Coico

## FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

**TÍTULO DE LA TESIS:** Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Vía Redes Sociales.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Comunicación corporativa interna	Visión y misión del PSI	Información de visión y misión del PSI a colaboradores.	1. ¿La visión y misión del PSI es dada a conocer a los colaboradores internos?	X		X		X		X		
		Difusión de objetivos y actividades del PSI	2. ¿Conoce proyectos de difusión del PSI del servicio de riego tecnificado?	X		X		X		X		
		Comunicación y propagación del riego tecnificado	3. ¿Considera que los medios de información de las redes sociales, con los que viene difundiendo el servicio de riego tecnificado del PSI, son adecuados?	X		X		X		X		
		Fortalecer los programas de actividades que serán dirigidos a los usuarios por parte del PSI.	4. ¿Cree usted que la información que se viene difundiendo, fortalece la identidad del colaborador con los objetivos y fines del PSI?	X		X		X		X		
	Integración entre colaboradores	Trabajo de equipo de los colaboradores.	5. ¿Considera que se promueve el liderazgo de las comunidades agrícolas?	X		X		X		X		
		Liderazgo de los equipos del PSI.	6. ¿Considera que los equipos de trabajo están informados de las actividades del PSI, mediante las redes sociales?	X		X		X		X		
		Información clara respecto al servicio del PSI.	7. ¿Considera que los colaboradores del PSI, trabajan en equipo y motivados?	X		X		X		X		
8. ¿Las herramientas de comunicación proporcionadas a los líderes de equipo, permiten una buena información para los usuarios?	X			X		X		X				

			9. ¿Los mensajes transmitidos por parte del PSI, se transmiten adecuadamente a través de estos medios de comunicación?	X		X		X		X	
Redes Sociales	Trasmisión	Comunicación interna a las áreas asignadas sobre las actividades que se van a realizar.	10. ¿Cree que las distintas actividades del PSI, se difunden oportunamente a las diferentes áreas de la institución?	X		X		X		X	
		Coordinación del trabajo en equipo, sobre las emisiones de los mensajes.	11. ¿Los equipos informáticos con los que cuenta la entidad, favorecen la comunicación a través del Facebook y Twitter, con usuarios internos y externos?	X		X		X		X	
		Herramientas que se utilizaran en las redes sociales para llegar al Facebook y Twitter.	12. ¿Usted cree que se utilizan las herramientas adecuadas para la buena trasmisión en las redes sociales?	X		X		X		X	
Confiabilidad en la toma de decisiones	Determinación de respuestas inmediatas, que se creará confianza y credibilidad.	13. ¿Los mensajes que brinda la institución permiten tomar decisiones rápidas y confiables, por parte de los usuarios?	X		X		X		X		
		14. ¿Considera usted que los colaboradores responsables del área de comunicación cumplen con sus funciones que se le asigna?	X		X		X		X		

Grado y Nombre del Experto: Mg. María del Carmen Pisfil Becerra

Firma del experto:

  
EXPERTO EVALUADOR



## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### 5. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Vía Redes Sociales.

### 6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario.

### 7. TESISISTA:

Br. Teresa Del Milagro Llontop Silva.

### 8. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 04 de noviembre de 2021

DNI: 16665856

EXPERTO



FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Vía Redes Sociales.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES	
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)			
				SI	NO	SI	NO		NO	SI	NO		
Comunicación corporativa interna	Visión y misión del PSI	Información de visión y misión del PSI a colaboradores.	1. ¿La visión y misión del PSI es dada a conocer a los colaboradores internos?	X		X							
		Difusión de objetivos y actividades del PSI	2. ¿Conoce proyectos de difusión del PSI del servicio de riego tecnificado?	X		X				X			
		Comunicación y propagación del riego tecnificado	3. ¿Considera que los medios de información de las redes sociales, con los que viene difundiendo el servicio de riego tecnificado del PSI, son adecuados?	X		X				X			
		Fortalecer los programas de actividades que serán dirigidos a los usuarios por parte del PSI.	4. ¿Cree usted que la información que se viene difundiendo, fortalece la identidad del colaborador con los objetivos y fines del PSI?	X		X				X			
	Integración entre colaboradores	Trabajo de equipo de los colaboradores.	5. ¿Considera que se promueve el liderazgo de las comunidades agrícolas?	X		X				X			
		Liderazgo de los equipos del PSI.	6. ¿Considera que los equipos de trabajo están informados de las actividades del PSI, mediante las redes sociales?	X		X				X			
		Información clara	7. ¿Considera que los colaboradores del PSI, trabajan en equipo y motivados?	X		X				X			



		respecto al servicio del PSI.	8. ¿Las herramientas de comunicación proporcionadas a los líderes de equipo, permiten una buena información para los usuarios?	X		X		X		X	
			9. ¿Los mensajes transmitidos por parte del PSI, se transmiten adecuadamente a través de estos medios de comunicación?	X		X		X		X	
Redes Sociales	Trasmisión	Comunicación interna a las áreas asignadas sobre las actividades que se van a realizar.	10. ¿Cree que las distintas actividades del PSI, se difunden oportunamente a las diferentes áreas de la institución?	X		X		X		X	
		Coordinación del trabajo en equipo, sobre las emisiones de los mensajes.	11. ¿Los equipos informáticos con los que cuenta la entidad, favorecen la comunicación a través del Facebook y Twitter, con usuarios internos y externos?	X		X		X		X	
		Herramientas que se utilizaran en las redes sociales para llegar al Facebook y Twitter.	12. ¿Usted cree que se utilizan las herramientas adecuadas para la buena trasmisión en las redes sociales?	X		X		X		X	
Confiabilidad en la toma de decisiones	Determinación de respuestas inmediatas, que se creará confianza y credibilidad.		13. ¿Los mensajes que brinda la institución permiten tomar decisiones rápidas y confiables, por parte de los usuarios?	X		X		X		X	
			14. ¿Considera usted que los colaboradores responsables del área de comunicación cumplen con sus funciones que se le asigna?	X		X		X		X	

Grado y Nombre del Experto: Mag. Econ. Teodosio Estuardo, Rodríguez Tamayo

Firma del experto :

EXPERTO EVALUADOR



## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### 9. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Vía Redes Sociales.

### 10. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario.

### 11. TESISISTA:

Br.: Teresa Del Milagro Llontop Silva.

### 12. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 06 de noviembre de 2021

DNI: 25764115

EXPERTO



Autor: TERESA DEL MILAGRO LLONTOP SILVA

Título de investigación: Comunicación corporativa interna del ProgramaSubsectorial de Irrigaciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, VíaRedes Sociales

Variable 1: Comunicación corporativa interna

ENCUESTADOS	ÍTEMS									SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
E1	2	4	2	4	2	5	1	2	2	24
E2	5	4	5	4	5	5	5	5	4	42
E3	4	1	3	5	5	2	3	4	3	30
E4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	38
E5	4	3	2	3	4	2	3	3	2	27
VARIANZA	0.960	1.200	1.040	0.560	1.200	1.840	2.240	1.360	0.800	
SUMATORIA DE VARIANZAS	11.200									
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ÍTEMS	45.760									

ALFA DE CRONBACH

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

$\alpha$ : Coeficiente de confiabilidad del cuestionario

k: Número de ítems del instrumento

$\sum_{i=1}^k S_i^2$ : Sumatoria de las varianzas de los ítems

$S_T^2$ : Varianza total del instrumento

0.85

9

11.200

45.760

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

0.85 Nuestro instrumento es de excelente confiabilidad

Autor: TERESA DEL MILAGRO LLONTOP SILVA

Título de investigación: Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Vía Redes Sociales

Variable 2: Redes sociales

ENCUESTADOS	ÍTEMS										SUMA	
	1	2	3	4	5							
E1			0	0	0							3
E2			4	5	5							21
E3			4	4	4							20
E4			4	4	5							23
E5			4	5	4							14
VARIANZA	0.640	3.440	2.560	2.800	3.440							
SUMATORIA DE VARIANZAS	12.880											
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ÍTEMS	52.560											

**ALFA DE CRONBACH**

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

- α: Coeficiente de confiabilidad del cuestionario → **0.94**
- k: Número de ítems del instrumento → 5
- $\sum_{i=1}^k S_i^2$ : Sumatoria de las varianzas de los ítems → 12.880
- $S_T^2$ : Varianza total del instrumento → 52.560

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

**0.94 Nuestro instrumento es de excelente confiabilidad**

Resultados de la encuesta aplicada a la muestra

## BASE DE DATOS

**Autor:** TERESA DEL MILAGO LLONTOP SILVA

**Título de investigación:** Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Vía Redes Sociales

N°	VARIABLE 1: COMUNICACIÓN CORPORATIVA INTERNA									TOTAL	NIVEL
	DIMENSIÓN 1				DIMENSIÓN 2						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9		
01	3	3	4	3	3	4	2	3	3	28	Medio
02	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34	Medio
03	4	4	3	4	5	5	4	4	4	37	Alto
04	3	3	2	3	2	2	4	3	3	25	Medio
05	5	4	5	5	5	4	4	4	4	40	Alto
06	4	4	5	4	3	4	4	4	4	36	Alto
07	3	3	2	2	2	3	2	2	2	21	Bajo
08	4	4	3	3	4	4	4	3	3	32	Medio
09	3	4	3	3	3	3	3	3	4	29	Medio
10	3	1	2	2	2	2	2	3	3	20	Bajo
11	1	3	4	4	4	5	2	3	4	30	Medio
12	2	4	4	4	4	3	4	4	4	33	Medio

N° DE ÍTEMS	9	
VALORES LIKERT	1 - 5	
MIN.	9	
MAX.	50	
RANGO	45 - 9 = 36	
N° DE NIVELES	3	
AMPLITUD	36 / 3 = 12	
INTERVALOS	NIVEL	
	9 - 21	BAJO
	22 - 34	MEDIO
	35 - 45	ALTO

ESCALA DE MEDICIÓN				
1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

## BASE DE DATOS

**Autor:** TERESA DEL MILAGO LLONTOPI SILVA

**Título de investigación:** Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Vía Redes Sociales

N°	VARIABLE 2: REDES SOCIALES					TOTAL	NIVEL
	DIMENSIÓN 1			DIMENSIÓN 2			
	P1	P2	P3	P4	P5		
01	3	4	4	3	4	18	Medio
02	4	4	4	3	4	19	Medio
03	4	5	5	3	5	22	Alto
04	2	1	1	2	3	9	Bajo
05	4	1	2	3	4	14	Medio
06	3	4	4	4	4	19	Medio
07	2	2	3	2	2	11	Bajo
08	3	3	4	4	3	17	Medio
09	4	3	3	3	4	17	Medio
10	3	2	2	3	3	13	Medio
11	3	4	4	3	4	18	Medio
12	4	4	4	4	4	20	Medio

N° DE 5  
 VALORES 1 - 5  
 MIN. 5  
 MAX. 25  
 RANGO  $25 - 5 = 20$   
 N° DE 3  
 AMPLITUD  $25 / 3 = 8$   
 INTERVALO NIVEL  
 5 - 12 BAJO  
 13 - 21 MEDIO  
 22 - 25 ALTO

ESCALA DE MEDICIÓN				
1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

VARIABLE I					
VARIABLE	CUALITATIVAS - ORDINAL	ESCALA DE LIKERT			
	DIMENSIÓN	Preguntas	CANTIDAD DE PREGUNTAS	Niveles por dimensión	Niveles por variable
Comunicación corporativa interna	Vision y mision del PSI	1-4	4	BAJO (4-10) MEDIO (11-16) ALTO (17-20)	BAJO (9-21) MEDIO (22-34) ALTO (35-45)
	Integración de colaboradores	5-9	5	BAJO (5-13) MEDIO (14-21) ALTO (22-25)	

VARIABLE II					
VARIABLE	CUALITATIVAS - ORDINAL	ESCALA DE LIKERT			
	DIMENSIÓN	Preguntas	CANTIDAD DE PREGUNTAS	Niveles por dimensión	Niveles por variable
Redes sociales	Trasmisión	10-12	3	BAJO (3-7) MEDIO (8-11) ALTO (12-15)	BAJO (5-12) MEDIO (13-21) ALTO (22-25)
	Confiability en la toma de decisiones	13-14	2	BAJO (2-4) MEDIO (5-7) ALTO (8-10)	



1 ¿La visión y misión del PSI es dada a conocer a los colaboradores internos?	2 ¿Conoce proyectos de difusión del PSI del servicio de riego tecnificado?	3 ¿Considera que el servicio de riego tecnificado del PSI, se viene difundiendo adecuadamente a través de las redes sociales?	4 ¿Cree usted que la participación de los colaboradores en los programas de actividades para usuarios del PSI, fortalece su identidad con los objetivos y fines institucionales?	TOTAL D1_V1	5 ¿Considera que se promueve el trabajo de los colaboradores promueve el liderazgo de las comunidades agrícolas?	6 ¿Considera que los equipos de trabajo están informados de las actividades del PSI, mediante las redes sociales?	7 ¿Considera que los colaboradores del PSI, trabajan en equipo y motivados?	8 ¿Las herramientas de comunicación proporcionadas a los líderes de equipo, permiten una buena información para los usuarios?	9 ¿Los mensajes transmitidos por parte de la institución, se transmiten adecuadamente a través de las redes sociales?	TOTAL D2_V1	TOTAL V1
3	3	4	3	13	3	4	2	3	3	15	28
4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	18	34
4	4	3	4	15	5	5	4	4	4	22	37
3	3	2	3	11	2	2	4	3	3	14	25
5	4	5	5	19	5	4	4	4	4	21	40
4	4	5	4	17	3	4	4	4	4	19	36
3	3	2	2	10	2	3	2	2	2	11	21
4	4	3	3	14	4	4	4	3	3	18	32
3	4	3	3	13	3	3	3	3	4	16	29
3	1	2	2	8	2	2	2	3	3	12	20
1	3	4	4	12	4	5	2	3	4	18	30
2	4	4	4	14	4	3	4	4	4	19	33



1 ¿Cree que las distintas actividades del PSI, se difunden oportunamente a las diferentes áreas de la institución?	2 ¿Los equipos informáticos con los que cuenta la entidad, favorecen la comunicación a usuarios internos y externos a través del Facebook y Twitter?	3 ¿Usted cree que se utilizan las herramientas adecuadas para la buena trasmisión en las redes sociales?	TOTAL D1_V2	4 ¿Los mensajes que brinda la institución permiten tomar decisiones rápidas y confiables, por parte de los usuarios?	5 ¿Considera usted que los colaboradores responsables del área de comunicación cumplen con sus funciones que se le asigna?	TOTAL D2_V2	TOTAL V2
3	4	4	11	3	4	7	18
4	4	4	12	3	4	7	19
4	5	5	14	3	5	8	22
2	1	1	4	2	3	5	9
4	1	2	7	3	4	7	14
3	4	4	11	4	4	8	19
2	2	3	7	2	2	4	11
3	3	4	10	4	3	7	17
4	3	3	10	3	4	7	17
3	2	2	7	3	3	6	13
3	4	4	11	3	4	7	18
4	4	4	12	4	4	8	20



TOTAL D1_V1	TOTAL D2_V1	TOTAL VARIABLE 1	TOTAL D1_V2	TOTAL D2_V2	TOTAL VARIABLE 2
13	15	28	11	7	18
16	18	34	12	7	19
15	22	37	14	8	22
11	14	25	4	5	9
19	21	40	7	7	14
17	19	36	11	8	19
10	11	21	7	4	11
14	18	32	10	7	17
13	16	29	10	7	17
8	12	20	7	6	13
12	18	30	11	7	18
14	19	33	12	8	20





**AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN  
LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES**

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20414868216
Programa Subsectorial de Irrigaciones	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos	DNI:
Rios Mayorga Mario	23838627

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo , no autorizo  publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Comunicación corporativa interna del Programa Subsectorial de Irrigaciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Vía Redes Sociales	
Nombre del Programa Académico: MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
Llontop Silva, Teresa del Milagro	07766744

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha:

Firma:



PROGRAMA SUBSECTORIAL DE IRRIGACIONES

**(Titular o Representante legal de la Institución)**

Mg. MARIO RIOS MAYORGA  
Jefe de la Unidad de Administración

(\* ) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal "f" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.