



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER LA IDENTIDAD
CORPORATIVA DE LA IGLESIA CASA DE FE DE LA CIUDAD DE TRUJILLO”

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

AUTOR:

JUAN CARLO PELÁEZ ALBITES

ASESOR:

RAÚL VICTOR RIVERO AYLLÓN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PROCESOS RELACIONALES Y COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD
CONTEMPORANEA

TRUJILLO – PERÚ

2017

PÁGINA DEL JURADO



Mg. Raúl Víctor Rivero Ayllón



Mg. Kilver Fasanando Lescano



Mg. Alfieri Díaz Arias

DEDICATORIA

Mi deseo es dedicar esta tesis a las personas que más amo, quienes con su paciencia y esfuerzo me apoyaron incondicionalmente en todo tiempo, a mi bella madre Raquel Albites Chávez y mi honorable padre Juan Peláez Silva por nunca dejar de creer en mí. Así mismo agradecer el apoyo leal de mis hermanos Jonathan, Loida, Anthony y Jordy quienes son parte importante de mi vida siempre; y no puedo de mencionar al más importante Dios; ya que sin él nada de este logro habría valido la pena. Gracias por regalarme este hermoso triunfo y una hermosa familia.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer de manera muy especial a Dios por darme todo lo que hay a mí alrededor, por darme los maravillosos padres y hermanos que tengo; ya que sin ellos no tuviera el aliento y la motivación para lograr mis sueños y objetivos; a mis maestros que a través de su profesionalismo lograron enseñarme en base a su experiencia y conocimiento todo lo aprendido a lo largo de mi carrera.

El autor.

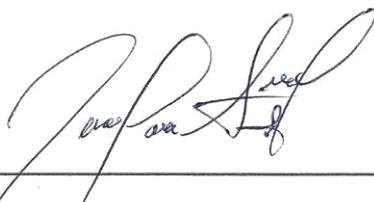
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Juan Carlo Peláez Albites con DNI 46550125 declaro que el proyecto de investigación es auténtico y veraz, por lo tanto no ha sido utilizado para investigaciones posteriores por otros investigadores.

Se ha valorado las coordinaciones con los asesores y respetado el procedimiento que tienen todos los proyectos de investigación, haciendo el uso de citas APA. Es por ello que la información establecida en este proyecto no es inventada ni plagiada.

De ser mentira toda mi declaración asumo toda la responsabilidad y me someto a las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, Diciembre del 2016



Estudiante Juan Carlo Peláez Albites

DNI 46550125

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Cumpliendo con el reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo, pongo a su disposición la presente investigación, titulada: Plan de Comunicación Interna para fortalecer la identidad corporativa de la Iglesia Casa de Fe de la ciudad de Trujillo.

A pesar del esfuerzo y la dedicación plasmada en este trabajo, considero que esta investigación no está libre de errores u omisiones involuntarias, propias de mi inexperiencia en la elaboración en este tipo de estudio.

Finalmente, dejo a su disposición el presente informe para que lo evalúen en la dimensión de un primer trabajo de investigación.

Trujillo, Diciembre del 2017

INDICE

PÁGINA DEL JURADO.....	II
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	V
PRESENTACIÓN.....	VI
RESUMEN.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. Realidad Problemática.....	10
1.2. Trabajos Previos.....	14
1.3. Teorías Relacionadas al tema	19
1.4. Formulación al Problema.....	44
1.5. Justificación del estudio.....	44
1.6. Hipótesis.....	45
1.7. Objetivo.....	45
II. MÉTODO.....	46
2.1. Diseño de investigación.....	46
2.2. Variables, operacionalización.....	47
2.3. Población y muestra.....	48
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	49
2.5. Métodos de análisis de datos.....	49
2.6. Aspectos éticos.....	49
III. RESULTADOS.....	50
IV. DISCUSIÓN.....	81
V. CONCLUSIONES.....	83
VI. RECOMENDACIONES.....	84
VII. PROPUESTA.....	85
VIII. REFERENCIAS.....	119
ANEXOS.....	123
Instrumentos	
Validación de los instrumentos	
Matriz de consistencia	

RESUMEN

El presente estudio tuvo como finalidad realizar un diagnóstico para determinar la identidad corporativa que tienen los trabajadores de la Iglesia Casa de Fe con la misma, con el fin de diseñar un plan de comunicación Interna para fortalecer la identidad corporativa de la Iglesia Casa de Fe de la ciudad de Trujillo. El diseño de esta investigación es de carácter descriptivo; para ello, se utilizó el total de la muestra donde determinó que el total de encuestados debían ser las 31 personas que colaboran con el trabajo en la Iglesia (pastores, personal administrativo y líderes). Se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, como así también se realizaron entrevistas para enriquecer la investigación. En esta investigación se pudo determinar que las personas que poseen un cargo en la Iglesia no se sienten totalmente identificados con el trabajo que realizan los pastores, desconocen las bases que fundamentan a la organización debido a que no hacen un uso adecuado de las diferentes herramientas de comunicación. Es de suma importancia utilizar estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de los trabajadores y estos se sientan identificados con el trabajo que desarrollan los pastores principales de la Iglesia Casa de Fe de la ciudad de Trujillo.

Palabras Claves: Identidad corporativa, plan de comunicación, comunicación Interna.

ABSTRACT

The purpose of this study was to carry out a diagnosis to determine the corporate identity of the Casa de Fe Church workers, with the aim of designing an internal communication plan to strengthen the corporate identity of the Casa de Fe Church. The city of Trujillo. The design of this research is descriptive; for this purpose, the total sample was used, which determined that the total number of respondents should be the 31 people who collaborate with the work in the Church (pastors, administrative staff and leaders). The survey technique was used and the questionnaire was used as an instrument, as well as interviews to enrich the research.

In this investigation it was possible to determine that the people who hold a position in the Church do not feel totally identified with the work done by the pastors, they do not know the bases that base the organization because they do not make an adequate use of the different tools of communication. It is very important to use internal communication strategies to strengthen the corporate identity of the workers and they feel identified with the work developed by the main pastors of the Casa de Fe Church of the city of Trujillo.

Key words: Corporate identity, communication plan, Internal communication.