

Yo Ashlie Gertner Alva Acosta..... identificado con DNI N° 71107651,  
 egresado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la  
 Universidad César Vallejo, autorizo (✓) , No autorizo ( ) la divulgación y  
 comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado  
 "Plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales para  
 mejorar la comunicación....."; en el Repositorio Institucional de la UCV  
 (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822,  
 Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ashlie Gertner Alva Acosta  
 FIRMA

DNI: 71107651

FECHA: 16 de Julio del 2018.



Ashlie Gertner Alva Acosta



Ashlie Gertner Alva Acosta

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Trujillo	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	----------	---------------------------------



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PLAN DE COMUNICACIÓN BASADO EN EL USO DE PLATAFORMAS  
VIRTUALES PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL ÁREA DE  
SERVICIOS PÚBLICOS DE LA MUNICIPALIDAD DE VÍCTOR LARCO HERRERA,  
TRUJILLO – 2018**

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

**AUTOR**

Alva Acosta, Ashlie Gertrudez

**ASESOR**

Metodólogo: Mg. Raúl Rivero Ayllón

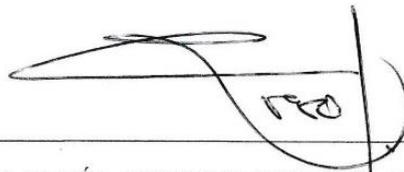
**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Procesos relacionales y comunicacionales en la sociedad contemporánea.

**TRUJILLO – PERÚ**

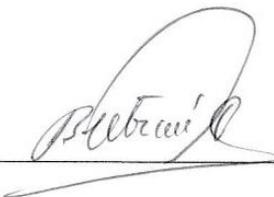
**2018**

**PÁGINA DEL JURADO**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'RAÚL', is written over a horizontal line. The signature is stylized and partially obscured by a vertical line that extends downwards.

MG. RAÚL VICTOR RIVERO AYLLÓN

PRESIDENTE

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Beltrán', is written over a horizontal line. The signature is stylized and partially obscured by a vertical line that extends downwards.

LIC. GIOVANNA BELTRÁN PELÁEZ

VOCAL

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Felipe', is written over a horizontal line. The signature is stylized and partially obscured by a vertical line that extends downwards.

MG. FELIPE RÍOS INCIO

SECRETARIO

## DEDICATORIA

*A Dios y al principal  
motor de mi vida, mi  
familia.*

## AGRADECIMIENTO

*A mi familia, por confiar en mí en todo momento y ser los principales acompañantes en cada logro de mi vida.*

*A mis docentes asesores, quienes gracias a su experiencia y conocimiento me han orientado durante el desarrollo de la investigación.*

*A mis amigos, por alentarme cuando estaba desmotivada y por comprender mis situaciones de estrés.*

*Gracias*

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Ashlie Gertrudez Alva Acosta estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 71107651, con la tesis titulada “Plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales para mejorar la comunicación interna en el área de servicios públicos de la municipalidad de Víctor Larco Herrera, Trujillo – 2018”, declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de mi autoría.
2. He respetado las normas institucionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido auto plagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiando, por tanto, los resultados que se presenten en la tesis se construirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin cita a autores), auto plagio (presentar algún trabajo de investigación propio que ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que deriven de mi acción, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, 09 de mayo del 2018

---

Alva Acosta, Ashlie Gertrudez

DNI N° 71107651

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del jurado:

De acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, dispongo el presente informe de investigación denominado: Plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales para mejorar la comunicación interna en el área de servicios públicos de la municipalidad de Víctor Larco Herrera, Trujillo – 2018; esperando que cumpla con los requisitos de aprobación para la obtención del Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

# ÍNDICE

1.1. Realidad Problemática .....	10
1.2. Trabajos previos .....	12
1.3. Teorías relacionadas al tema .....	14
<b>CAPÍTULO I: PLATAFORMAS VIRTUALES.....</b>	<b>14</b>
<b>1. LA FUNCIÓN DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS EN ENTORNOS DIGITALES.....</b>	<b>14</b>
<b>2. WEB 2.0 .....</b>	<b>17</b>
<b>CAPITULO II: COMUNICACIÓN INTERNA.....</b>	<b>18</b>
<b>1. LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA COMO ORGANIZACIÓN DIFERENCIADA DE LAS ORGANIZACIONES PRIVADAS SEGÚN RAMIÓ .....</b>	<b>18</b>
<b>2. Tipos de Comunicación .....</b>	<b>21</b>
<b>3. UNA TIPOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES.....</b>	<b>24</b>
1.4. Formulación del problema .....	27
1.5. Justificación del estudio .....	27
1.6. Hipótesis .....	28
1.7. Objetivo .....	28
<b>II. MÉTODO .....</b>	<b>29</b>
<b>2.1. Tipo de estudio y Diseño de investigación .....</b>	<b>29</b>
<b>2.2. Variable .....</b>	<b>29</b>
<b>2.3. Operacionalización .....</b>	<b>30</b>
<b>2.4. Población y Muestra .....</b>	<b>31</b>
<b>2.5. Criterios de selección.....</b>	<b>31</b>
<b>2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....</b>	<b>32</b>
<b>2.8. Aspectos éticos .....</b>	<b>33</b>
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>34</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>44</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>50</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>51</b>
<b>VII. PROPUESTA.....</b>	<b>52</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>70</b>

## RESUMEN

La presente investigación, el cual lleva por título “Plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales para mejorar la comunicación interna en el área de Servicios Públicos de la municipalidad de Víctor Larco Herrera, Trujillo – 2018” desarrolla un análisis sobre la mala gestión que desarrolla la organización pública respecto a comunicación interna, siendo este la principal causa de la mayor parte de problemas que se presenta, debido a que al no formular estrategias para fortalecer la comunicación de sus integrantes da inicio a relaciones débiles entre sí, acompañado de una notable disminución de desvaloración sobre el trabajo que desempeñan.

Por lo que se ha requerido de la aplicación de un cuestionario para conocer su nivel de conocimiento sobre la comunicación interna, también se usó una guía de análisis para conocer si los trabajadores hacen uso de entornos virtuales. Finalmente, se aplicó un plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales formalmente escrito, donde se fundamenta que las estrategias desarrolladas en piezas gráficas y charlas presenciales, mejoran significativamente la comunicación interna del área. De esta manera, los encargados podrán hacer uso del mismo durante el periodo de tiempo electoral correspondiente y si fuere necesario, potenciar las mismas.

**Palabras claves:** *Plan de comunicación, plataformas virtuales, piezas gráficas, trabajadores.*

## **ABSTRACT**

The present research called "Communication plan based on the use of virtual platforms to improve internal communication in the area of Public Services of the municipality of Víctor Larco Herrera, Trujillo - 2018" this develops an analysis on the mismanagement that the public organization develops Regarding internal communication, this is the main cause of most of the problems that arise, because by not formulating strategies to strengthen the communication of its members, it initiates weak relationships with each other, accompanied by a notable decrease in devaluation of the work they do.

For what has been required of the application of the questionnaire to know their level of knowledge about internal communication, an analysis guide was also used to know if workers make use of virtual environments. Finally, a communication plan was applied based on the use of formally written virtual platforms, where it is based that the strategies developed in graphic pieces and face-to-face talks, significantly improve the internal communication of the area. In this way, the managers can make use of it during the corresponding electoral period and if necessary, strengthen them.

**Keywords:** Communication plan, virtual platforms, graphic pieces, workers.

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Realidad Problemática**

La mala gestión de una comunicación interna en una organización es la principal causa de la mayor parte de problemas que pueden presentarse dentro de ellas, cuando no se formulan estrategias para fortalecer la comunicación de sus integrantes da inicio a relaciones débiles entre sí, acompañado de una notable disminución de productividad de la misma.

El 60% de los problemas que existen en las organizaciones son originados por una mala comunicación, no resolver el problema en el momento exacto altera las metas y objetivos propuestos por la organización (Drucker, 1997).

Los conflictos de una deficiente gestión de comunicación interna se dan cuando la empresa u organización no se comunica bien con el personal, se pierde el mensaje y las estrategias propuestas no son claras. La falta de compromiso, si el personal no se siente familiarizado con la organización el grado de responsabilidad es pobre. Problemas en la circulación de información, desconocimiento del talento de los integrantes, carencia sobre el desarrollo de habilidades colaborativas, problemas en la adaptación a nuevos cambios, escasez de espacios de colaboración, problemas en la gestión de intercambio de ideas, falta de canales para expresar las necesidades de las personas, entre otros, son una serie de razones que genera la ausencia de una comunicación interna (Sáenz, 2014).

Los recursos que la organización considere necesario aplicar dentro del ambiente laboral determinarán la línea hacia el éxito, o de lo contrario un desnivel sobre el manejo de las situaciones que se encuentre la organización.

En el Perú, los usos de las tecnologías en el sector público suelen ser muy primitivos. Las computadoras se reducen a usos elementales como registrar eventos institucionales. Sin embargo, para otras funciones como manejo de

proyectos, publicaciones, ediciones por computadora, no son realizadas cuando no hay recursos para realizarlo.

Es por ello que, además de los recursos tradicionales que las organizaciones del medio usan para su desarrollo, las TIC (Tecnología de la comunicación e información) han modificado la manera de gestionar los recursos. El uso de ellos permite acelerar la comunicación, son un factor determinante en el avance de cualquier empresa u organización, grande o pequeña, pero desafortunadamente no todas hacen uso de ellas. Dentro de la misma se encuentra inmerso las redes, o llamado también internet. En este momento el internet desarrolla características que pueden ser aprovechadas dentro de organizaciones a fin de fomentar comunicación e interacción.

De la observación sobre el manejo laboral, las relaciones que se desarrollan entre los trabajadores, las formas de comunicación que mantienen con sus miembros sobre la aplicación y difusión de sus funciones, y los recursos que cuenta el área de Servicios Públicos de la Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera en la ciudad de Trujillo, departamento de la Libertad, surge la inquietud por investigar su comunicación interna que viene desarrollando, a fin de fortalecer las relaciones entre los trabajadores, con mensajes destinados a fomentar un mejor desempeño de sus funciones.

El área de Servicios Públicos es responsable por el servicio de limpieza pública, parques y jardines de la zona. Por otro lado, también cumplen la labor de “incentivar, concientizar y brindar apoyo” a través de un Programa de Segregación en la fuente y Recolección de Residuos Sólidos que es trabajado con sus miembros y la participación de la población para promover un distrito ecológico, donde cada año se destina una meta que se debe alcanzar. Sin embargo, no se dan capacitaciones al personal sobre los objetivos del programa.

El área no cuenta con plataformas de comunicación para la profusión de estrategias establecidas en la organización con el personal. Estos no tienen un conocimiento exacto sobre los valores y cultura del área, no cuentan con un plan de comunicación formalmente escrito, se desarrolla de forma operativa.

Si se continúa con el problema expuesto traerá como consecuencia un personal desinformado, pérdida de valores del área y un ambiente laboral débil. Es así como se considera el aporte de las Ciencias de la Comunicación mediante el presente desarrollo de investigación sobre un plan de comunicación basado en plataformas virtuales, y trabajar en la mejora de la comunicación interna que viene ejerciendo el área.

## **1.2.Trabajos previos**

Guzmán Proaño, Fernando Andrés (2015) en su tesis *Comunicación organizacional y clima laboral: diseño de un plan de comunicación interna para mejorar el clima laboral en el área servicio al cliente de la empresa CONECEL S. A.* abordó un diagnóstico sobre el ambiente laboral de la empresa para conocer la comunicación organizacional que desarrolla, sobre la información de la cultura organizacional, comunicación y servicio al cliente, encontrando problemas comunicacionales; como la falta de canales de comunicación, escasa atención con la comunicación interna, entre otros. El plan de comunicación que se propuso se convirtió en una oportunidad para la contribución efectiva del clima laboral, donde los miembros de la empresa tuvieron acceso a distintas formas de comunicación a fin de manifestar las necesidades que deberán ser resueltas mediante un mensaje directo y previamente planificado. De este modo, los niveles de satisfacción de los clientes y el aporte a la cultura organizacional se ven fortalecido en principios y valores corporativos.

Pinilla Vega, Sara; Otálora Salgado, Daniela (2014) realizaron una investigación sobre un *Plan estratégico de comunicación interna para grupo Integra Seguros Limitada* determinando el diagnóstico sobre la situación actual de la comunicación interna de la empresa, analizando los aspectos de comunicación que puedan estar afectando negativamente los objetivos estratégicos de la organización, de esta manera se logró potenciar el factor humano mediante el plan de comunicación interno usado como herramienta para el desempeño de los miembros.

La comunicación en toda organización es primordial, es por ello que Castillo Chávez, Elmer Bryan (2015) realizó una investigación sobre la *Propuesta de un plan de comunicación interna para fortalecer el clima organizacional de las carreras de ciencias de la comunicación, trabajo social y turismo de la universidad nacional de trujillo – 2015*. (Tesis de grado). Universidad Nacional de Trujillo. Durante el estudio realizado trabajó con el personal directivo, docente, administrativo y estudiantes de las carreras mencionadas con la obtención de resultados mediante guías de observación, encuestas y entrevistas. Así mismo, trajo como conclusión que la comunicación interna establecida por esas carreras profesionales se emplea de manera espontánea, sin planificación alguna, ni el uso de estrategias para alcanzar objetivos e incidir en el comportamiento y actividades de los integrantes, evidenciando el problema que tienen muchas instituciones al no planificar antes de actuar para eficiente trabajo de sus funciones.

Vanessa M. Gámiz (2009) realizó una investigación donde en su tesis doctoral abordó el tema de *Entornos virtuales para la formación práctica de estudiantes de educación: Implementación, experimentación y evaluación de plataforma Aulaweb*. Planteando el tiempo actual en el que nos encontramos como oportunidad para explotar a una sociedad de información, donde las TIC cuentan con protagonismo marcado en todos los ámbitos, incluyendo la educación. Implementó programas de formación en los estudiantes, con plataformas de e-learning a través de versiones de prueba, verificación y una estructura establecida. De esta manera, trajo como conclusión que desarrollar las competencias de los estudiantes en plataformas virtuales permite una enseñanza práctica e interactiva, de acuerdo al perfil de cada una de ellos.

Abanto (2015) en su tesis de maestría estudió *La comunicación interna y su incidencia en la motivación de los colaboradores de una empresa del sector construcción del norte del país*. Obteniendo como resultado que la comunicación interna en una empresa del sector construcción del norte del país no incide significativamente, ni positivamente en su ambiente laboral. Sin embargo, según la situación de la empresa, mantienen una comunicación

descendente en sus áreas, sobretodo empleando la comunicación ascendente lo que muestra que la comunicación vertical es la principal característica de esta empresa.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

## **CAPÍTULO I: PLATAFORMAS VIRTUALES**

### **Definición**

Según Ramboll (2004); Jenkins, Browne y Walker (2005) una plataforma virtual o llamada también plataforma e-learning es una aplicación web que permite la integración de herramientas necesarias para desarrollar una enseñanza-aprendizaje en línea de forma no presencial, donde se combina el uso del Internet con el aprendizaje. Su principal objetivo es permitir la gestión y creación de espacios de enseñanza y aprendizaje a través del Internet, considerando la interacción durante el proceso de formación, y también pueden aplicarse a espacios de aprendizaje presenciales (Britain; Liber 2004).

Usualmente este tipo de recurso es aplicado en el ámbito académico, sin embargo, existen empresas y demás organizaciones que utilizan plataformas e-learning con un enfoque de capacitación. La finalidad prima en ofrecer al personal de trabajo una herramienta con posibilidades de perfeccionamiento profesional, accesible y de bajo coste.

## **1. LA FUNCIÓN DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS EN ENTORNOS DIGITALES**

Un entorno digital es una herramienta TIC (Tecnología, Información y Comunicación) que pueden ser aprovechadas también por instituciones públicas. Nos encontramos en una sociedad llamada “sociedad de la información” donde gran parte de las personas se encuentran conectados a Internet y requiere que sus instituciones públicas también puedan estarlo de forma eficaz. Además, los valores que están pueden alcanzar sobre el manejo de la misma es el de la colaboración, apertura y

transparencia, interdependencia y corresponsabilidad, difusión del conocimiento abierto e integridad (Escalona, 2015).

## **1.2. TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación)**

Según Cabero las TIC son definidas como nuevas tecnologías de la información y comunicación que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero estas no trabajan de forma aislada, sino de forma interactiva, permitiendo conseguir realidades comunicativas novedosas (Cabero, 1998:198). Entonces, las TIC son definidas como tecnologías para almacenar, recuperar y procesar comunicación de la información.

Las Tecnologías de Información y Comunicación pueden desarrollarse a través de múltiples medios electrónicos que abarcan el concepto de TIC como; los dispositivos móviles, computadoras, televisores. No obstante, los medios más representativos en la actualidad son las computadoras y aparatos móviles que permiten hacer uso de aplicaciones informáticas tales como; presentaciones, aplicaciones multimedia, programas, entre otros, específicamente las redes de comunicación (Internet).

### **1.2.1. Internet**

Cabero (1998) denomina el internet como una “red de redes” o red global. Es un método de comunicación que permite alcanzar a todo tipo de información disponible en cualquier servidor mundial, con la posibilidad de interconectar y comunicar a personas alejados temporal o físicamente. Para Cabero ciertas características de Internet han sido consideradas como representativas de las TIC:

- **Información multimedia:** El desarrollo de la información abarca de tipo textual, imagen, sonido, entre otros, por lo que la transmisión multimedia va aumentando en calidad.
- **Interactividad:** A través de las TIC se obtiene un intercambio de información entre el usuario y el ordenador. Característica que permite la adaptación de los recursos utilizadas a las necesidades y características del sujeto.

- **Interconexión:** Creación de nuevas oportunidades tecnológicas a partir de la conexión entre dos tecnologías.
- **Inmaterialidad:** Las TIC no necesitan de referentes o simulaciones reales para el proceso y la comunicación de la información porque es inmaterial, puede ser llevada de forma instantánea a demás lugares.
- **Mayor influencia sobre los procesos que sobre los productos:** Es posible que tras el uso de distintas aplicaciones de la TIC genere una influencia sobre los procesos mentales que realizan los usuarios para adquirir conocimiento, más que sobre los conocimientos obtenidos. No obstante, las TIC evidencian un cambio cualitativo en los procesos más que en los productos. El usuario no sólo dispone de una “cantidad” de información para cimentar su conocimiento, sino que, puede construirlo de forma colectiva, entrando en sociedad con demás grupos o usuarios.
- **Instantaneidad:** Las redes de comunicación y la integración con la informática hacen posible la transmisión de información de forma rápida a lugares alejados.
- **Digitalización:** La finalidad es que la información de distinto (imágenes, videos, sonido, texto, entre otros) tipo pueda transmitirse por los mismos medios representados por un formato establecido universalmente.
- **Innovación:** Las TIC siempre suelen someterse a cambios constantes.
- **Tendencia hacia automatización:** La complejidad impulsa a la aparición de diferentes oportunidades y herramientas que permiten el manejo de la información de forma automática para diversas actividades personales, sociales y profesionales.

## **2. WEB 2.0**

### **2.1. Definición**

La web 2.0 es caracterizada por la participación, los usuarios tienen la posibilidad de publicar, opinar y efectuar un gran número de actividades.

Se resalta como información “mezclada” mediante el uso de diferentes códigos que permiten el enriquecimiento de los contenidos. Los sitios web 2.0 proporcionan medios para crear nuevos contenidos, métodos de almacenamiento y difusión del mismo. La estructura de la Web 2.0 se basa en:

- i. **Accesibilidad a información:** El usuario tiene posibilidad de extraer y editar de forma sencilla la información, para ello se presentan entornos virtuales sencillamente navegables y accesibles.
- ii. **La personalización:** El usuario accede a sitios según sus necesidades y gustos.
- iii. **La versatilidad:** Cualquier navegador debe permitir un acceso a la información independientemente de su extensión y formato.
- iv. **La tecnología multimedia:** Presencia de objetos como audios, videos, presentaciones, entre otros.
- v. **La colaboración:** Uso de herramientas que facilitan entornos para un trabajo cooperativo con intercambio de contenidos y competencias.

## **2.2. Redes Sociales**

En otros tiempos se hacía uso de libretas, cuadernillos que servían para los apuntes de números telefónicos, direcciones, eventos importantes, contactos, entre otros. Sin embargo, eso ha quedado obsoleto desde la llegada de los móviles y la red, cambiando los objetivos físicos por una representación de modo virtual en redes sociales.

Las redes sociales son servicios basados en la web que permiten la relación y comparto de información, coordinación de eventos y cosas generales para mantenerse en contacto. Las redes permiten mantener vínculos que se establecieron en el mundo físico con prácticas dinámicas que la caracterizan. Obtenemos información en función a las necesidades e intereses que son notablemente efectivos (Orihuela, 2008).

### **2.2.1. Facebook**

Facebook es un espacio web de redes sociales, creado originariamente para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero fue dispuesto a demás personas para su uso, siempre y cuando estos cuenten con un correo electrónico. Los usuarios tienen la posibilidad de participar en más redes sociales, y creando interacción con demás usuarios que, a su vez, tengas relación con su situación académica, zona de trabajo o lugar geográfico. Asimismo, también pueden mantener una interacción con personas externas a este tipo de características.

## **CAPITULO II: COMUNICACIÓN INTERNA**

### **1. LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA COMO ORGANIZACIÓN DIFERENCIADA DE LAS ORGANIZACIONES PRIVADAS SEGÚN RAMIÓ**

Ramió (2002) presenta diferencias entre las organizaciones públicas y las privadas. Las OP (organismos públicos) no escogen el ámbito de actuación, sino que la legislación lo define, mientras que el privado se sitúa donde contempla beneficios. Las empresas privadas incorporan actividades que pueden variar a las que hacían libremente (diversificación).

Las OP (organismos públicos) cuentan con ciertos privilegios y posibilidades: No existe competencia, si existen pérdidas no desaparecen con el tiempo. Las OP son vulnerables,

porque se encuentran bajo presiones de naturaleza política, que, debido al carácter electoral, se encuentran a corto plazo dificultando de esa manera las estrategias o las planificaciones que se plantean a largo plazo, donde cada 4 años se establecen nuevos objetivos y estrategias, es ahí donde la determinación de este es confusa, vacilante y plural, a diferencia del sector privado (Ramió, 2002).

En los organismos públicos existen pocas presiones estructurales internas que conduzcan una mayor eficiencia en la gestión del mismo, las presiones, por lo general, son externas (políticas, fiscales). En cambio, en las privadas existe una necesidad de “mantenerse en el tiempo” donde los obliga a ser eficientes en la gestión; si existen pérdidas en las OP no desaparecen. Las presiones fiscales establecidas a las OP ocasionan que su presupuesto sea limitado por la necesidad que el sector público establece. Es difícil evaluar el rendimiento de las OP, debido a la inexistencia de pérdidas de los objetivos planteados, no se determina si se llegó a conseguir lo que se pretendía (Ramió, 2002).

La comunicación interna es reconocida por las empresas y organizaciones que la consideran un factor clave para su beneficio, además de ser un compañero estratégico para obtener metas definidas en situaciones de cambio.

A pesar de que la comunicación ha existido en todo momento, las empresas que desarrollan un sentido de preocupación por la “calidad” de la misma son consideradas como “excelentes”, debido a sus formas de gestión. *“El modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la organización; es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las mismas”* (Kreps, 1990). Por su parte debe ser *“fluida, implicante, motivantes, estimulante y eficaz en sí misma. Debe obedecer a una cultura y a una identidad. Y estar orientada a la calidad en función del cliente”* (Costa, 1998). Las funciones y objetivos desempeñados por la compañía deben centrarse dentro de un plan estratégico de la organización, y debe desarrollarse de acuerdo al grado de políticas que esta mantiene.

Existen empresas que sólo mantienen un modelo de información unidireccional, confundiendo así la comunicación interna. Una verdadera comunicación interna compete a todos los miembros de la compañía desde la dirección general, pasando por el resto de directivos y finalmente los empleados. Esta debe relatar a su público interno lo que la

organización hace; logrando un clima de anexión de sus integrantes; incrementar la motivación entre sí y la productividad de los mismos. Todo a fin de mantener una comunicación óptima a través de los recursos con los que cuenta la institución.

Pinillos (1996) asegura que esta comunicación influye en la competitividad empresarial porque delega: la misión, visión, cultura, valores, mensajes y objetivos generales, acontecimientos principales, e implica una serie de aspectos esenciales empresariales. Por otro lado, da inicio a la creación de relaciones eficientes entre los equipos de las organizaciones, logrando retos en la comunicación interna y finalmente generando un “valor propio” en la compañía.

El principal problema sobre las relaciones en una empresa se da por la mala comunicación. Existe una notable dificultad si los colaboradores sienten que no son parte de la comunicación, porque éstos no están convencidos de que efectivamente son escuchados. El mismo ejemplo se da sobre los públicos externos, y no precisamente para públicos integrados por segmentos de consumidores, sino por la ciudadanía en general. Las organizaciones se componen de personas que son parte integral de la compañía y clientes. No puede existir una comunicación que no tenga coherencia entre los mensajes dirigidos a los públicos internos y externos, ya que las opiniones de las personas intervienen en la comunicación interna y externa.

Mediante los canales de comunicación interna circulan mensajes entre los integrantes de la organización, y a través de los canales de comunicación externa se difunden mensajes entre los integrantes y el entorno en el que se encuentre. Ambas comprenden funciones distintas, pero son interdependientes, por lo que es necesario el apoyo mutuo y la dirección de estos en un mismo sentido para contribuir con los objetivos de la empresa, participando públicos externos como internos con la finalidad de que cada miembro debe compartir, entender y defender el “concepto” de la empresa.

Mediante una investigación realizada en España por INFORPRESS, CAPITAL HUMANO Y IE (Instituto de Empresa) denominada “El liderazgo en Comunicación Interna” (2002) concluyen un modelo de aplicación sobre la comunicación interna:

- **La definición correcta del modelo de Comunicación Interna:**

- Colaboración de todos los elementos de la organización.
- Reunir información, emoción y escucha.
- Elaboración de departamentos de comunicación interna que sirvan de facilitadores, segmentando las funciones y prestando soporte.
- Destinar presupuestos para: Auditorias, creación de planes estratégicos, contrato de consultoras, formación de directivos y equipos, reforzamientos de estructuras internas como en el organigrama.

- **Participación de todo el equipo reconociendo la Comunicación Interna como herramienta de gestión y como aspecto fundamental:**

- Cambio de mentalidad, los directivos e intermedios deben asumir la comunicación interna como su responsabilidad.
- Cuidar las habilidades de comunicación de los directivos.
- Presencia obligatoria de un departamento de Comunicación Interna.
- **Reconocer la INTRANET, como herramienta con características de adaptación actual para necesidades de Comunicación Interna:**

- Creación de un portal del empleado que incluya tres rasgos imprescindibles para asegurar un modelo de liderazgo y prevención de cambios fuertes: INMEDIATEZ, INTERACTIVIDAD Y ESTILO COLOQUIAL.

Es preciso que toda organización consiga que sus miembros reciban, entiendan y acepten de buen grado sus directivas, sólo mediante ello se obtendrá una comunicación efectiva que permita una ejecución exitosa de la estrategia organizacional (Rodríguez y Opazo, 2008)

## **2. Tipos de Comunicación**

La comunicación formal transmite mensajes explícitos, permitidos por la organización y se encuentran perfectamente definidos. Son plasmados de forma representativos en las líneas horizontales y verticales del organigrama de la empresa, que nos lleva directamente a los tipos de comunicación interna que transcurren por

los canales de: **Comunicación descendente, comunicación ascendente y comunicación horizontal.**

**2.1. COMUNICACIÓN DESCENDENTE:** Inicia desde los niveles más elevados hacia los más bajos de acuerdo a la estructura organizativa. Sobre la información utilizada, para que sea efectiva, debe ser coherente, utilizar un claro lenguaje, no debe saturar a los empleados (la calidad vale más que la cantidad excesiva de mensajes) y motivarlos.

Según Adler (1992) la finalidad de este tipo de comunicación durante la transmisión de información debe desarrollarse en actividades productivas donde los empleados puedan adaptarse a la cultura empresarial. Estos deben incluir; instrucciones para el desempeño de cada tarea, objetivos y metas el trabajo, políticas y objetivos de la organización hacia el exterior, comentarios constructivos sobre el desempeño del trabajador, e información de naturaleza ideológica.

**2.1.1 INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN DESCENDENTE:** Manual de empleados, procedimientos y descripción de tareas, publicaciones y boletines, tablas de anuncios, cartas, memorandos, correos electrónicos, intranets, entrevistas, evaluaciones del desempeño realizado, reuniones de departamentos, reuniones colectivas, programas de orientación de información y educación, presentaciones, videoconferencias y comunicación telefónica (Andrews & Baird, 2002).

**2.2 COMUNICACIÓN ASCENDENTE:** La información se divulga desde el nivel inferior hasta el nivel de la dirección organizativa de la empresa. La información dispuesta debe ser exacta para evitar distorsiones, se basa en la cultura empresarial, fomentando su uso y ser aceptada, aunque sea problemática, por la dirección de la organización. Según ADLER (1992), la información ascendente permite a los encargados, que toman las decisiones de la organización, los conflictos laborales, sugerencias para ser resueltos, mejorar la identificación y gestión de problemas ocultos para su prevención, es decir, minimizar las posibles consecuencias de crisis que lleguen a surgir (Tuñez, 2007).

**2.2.1 INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN ASCENDENTE:** Encuestas de opinión para empleadas, buzón de sugerencias, cartas y memorandos, departamento de quejas, políticas de puertas abiertas, evaluaciones para los supervisores, entrevistas individuales, comités de asesoramientos, correo electrónico e intranets (Tuñez, 2007).

**2.3 COMUNICACIÓN HORIZONTAL:** Tiene los objetivos de disponer tareas, solucionar conflictos, compartir información y construir armonía. Para alcanzarlos se debe minimizar los elementos que provoquen un efecto, tales como la rivalidad, la especialización, la falta de motivación, la excesiva información y la existencia de barreras físicas (ADLER, 1992).

**2.3.1. INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN HORIZONTAL:** Seminarios de formación de equipos, visitas entre departamentos, juntas de comisiones, formación de equipos de trabajo, y la creación y uso de equipos de trabajo virtuales con un equipo coordinador de todos ellos.

En el nivel teórico como en la práctica profesional una Comunicación Interna es “contar a” la organización lo que la organización está haciendo, manteniendo un carácter netamente informativo, ya que sólo se busca informar al personal de los acontecimientos que suceden. No se motiva la participación de los integrantes de la empresa, sino que sólo se mantiene un contacto de transmisión de información que proviene desde los directivos hacia los subalternos, es decir, la comunicación es descendente. Cuando la comunicación es descendente la gestión de comunicación se prioriza en los medios informativos, sin recurrir a comunicaciones interpersonales (Capriotti, 1998). Según Manuela Catalá Pérez, mediante un artículo publicado en la Universidad de Zaragoza, menciona que la información necesita ser diversificada por diferentes categorías de mensajes:

- i. Mediante órdenes provenientes de un puesto jerárquico dirigido a puestos subordinados. Usualmente son instrucciones para una tarea específica.
- ii. Información diseñada para la comprensión de las actividades a realizar y cómo se relaciona con otras actividades organizacionales.

- iii. Información sobre métodos y pruebas organizacionales.
- iv. Retroalimentación a los subalternos sobre la realización de información.
- v. Información de carácter ideológico para el lineamiento de la misión que debe cumplirse en la organización sobre las metas planteadas.

Se conceptualiza a la Comunicación interna como “contar con” la Organización para lo que la Organización está haciendo. Es decir, el mensaje central se basa en la participación de todos los miembros de la organización sobre conocer lo que se hace dentro de ella, incentivándolos a colaborar, sugerir e involucrarse en todos los aspectos de comunicación. De esta forma la comunicación se vuelve bidireccional, de forma ascendente, descendente y horizontal, potenciando la interacción por medio del diálogo con la participación de ambas partes, aportando así un verdadero carácter comunicativo y de compromiso, sin embargo, no todas las organizaciones se encuentran preparadas para ponerla en práctica (Capriotti, 1998).

Sin embargo, existen también los canales de comunicación informal, que no se encuentran planificados, estas inician a través de las relaciones sociales que se dan entre los integrantes de la organización, a su vez, representando una parte importante en toda comunicación. La principal forma de este canal de comunicación es el RUMOR, este se da cuando en los canales de comunicación formal no se proporciona la información suficiente a los integrantes de la organización sobre el funcionamiento de la misma, entonces recurren a otras fuentes para obtenerla.

### **3. UNA TIPOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES**

En toda organización, sus miembros disponen de diversos medios para el proceso de comunicación con demás personas, de la misma organización o externas, donde los más utilizados son:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• El teléfono</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfono abierto: Comentarios y opiniones del empleado)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dictado telefónico: Se dispone a archivar un mensaje a una grabadora, el mensaje puede ser escuchado en la grabadora o para demás personas, vía telefónico, correo electrónico, instruidas por el/la secretario(a) u otro miembro.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interfono</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fax</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Correo electrónico: Mensajes enviados virtualmente desde una computadora, incluyen textos, imágenes, videos y audio a larga y corta distancia.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes computarizadas conectados por satélites o línea telefónica (intranet e internet)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teleconferencia: Transmisión de señal en “vivo” a un lugar en específico distante con interacción en dos vías de comunicación.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exhibiciones audiovisuales mediante el uso de transparencias, acetatos, video, audio, imágenes generadas por un computador y simulaciones virtuales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Videos y películas</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Audiocassette</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Radio</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memorandos, cartas e instrucciones por escrito</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Invitaciones a eventos sociales y formales</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buzón de opiniones para empleados y trabajadores</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tableros de noticias y avisos (manuales o electrónicos)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reportes escritos: Reportes anuales sobre el estado de la empresa u organización, reporte de evaluación de actividades laborales, reportes sobre inventarios, entre otros.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manuales: Inducción personal, de seguridad, bienvenida a la empresa, de planeación y demás.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Boletines informativos dirigidos a la organización o segmentos de ella (gerentes, empleados, secretarias, supervisores, etc.)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revistas y periódicos internos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Circulares y panfletos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instructivos y folletos internos, documentos informativos (declaraciones de políticas o valores corporativos y mensajes de personas que ocuparon los más altos niveles en la organización)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altavoces</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevistas formales de contratación: A fin de resolver conflictos, motivar a los trabajadores, tomar una decisión, despedir a alguien, etc.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevistas informales</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discursos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones o juntas administrativas de trabajo, capacitaciones o integración</li> <li>• Reuniones informales planificadas (desayunos, almuerzos, entre otros)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contactos formales</li> <li>• Contactos y reuniones informales</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carteles y desplegados gráficos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mensajes enviados en cheques, artículos promocionales y obsequios</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Red informal para la profusión de rumores e información extraoficial</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comidas, fiestas, eventos culturales de la organización</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorridos por las instalaciones de la organización</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pruebas psicológicas (medio ascendente que comunica)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigaciones sobre el clima organizacional, auditorias de comunicación y encuestas de actitudes</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artículos promocionales con mensajes inscritos (llaveros, destapadores, etc.)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventos públicos</li> </ul>

Estos medios de comunicación pueden ser utilizados en dos contextos; para ejecutar conductas específicas de comunicación individual o grupal y para la ejecución sistemática de la dirección general, un área determinada de la organización, entre otros.

#### **4. Teorías de la comunicación Humana: La mente y el sí mismo como resultados de la interacción social.**

Una de las alternativas de análisis para saber cómo las personas desarrollan un pensamiento con resultados pragmáticos sobre las prácticas que emplean, es preciso mencionar que el pensamiento permite a los seres humanos la posibilidad de adaptarse y obtener metas en el entorno donde se encuentran. El pensamiento y los rasgos que cuenta cada individuo están entrelazados en el proceso de adaptación de las personas sobre su entorno natural y social, donde la relación de conducta se

establece sobre un estímulo-respuesta. Para Mead, los comportamientos se ven fortalecidos como resultado de gratificaciones relacionadas a ellos.

Las habilidades propias del individuo; tales como el manejo del lenguaje, la relación con otros y consigo mismos, la capacidad para percibirse como un objeto social con habilidades para razonar, es el resultado de un proceso de ajuste y adaptación que surge a través de la evolución de la especie humana, adquiriendo atributos distintivos con la mente, a sí mismo y la sociedad, surgidos por un proceso de adaptación, dado que somos personas con un tipo de respuesta conductual que parte de la interacción empírica según Mead (1863-1931).

#### **1.4. Formulación del problema**

¿En qué medida un plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales mejora la comunicación interna en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, Trujillo – 2018?

#### **1.5. Justificación del estudio**

La siguiente investigación titulado “Plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales para mejorar la comunicación interna en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, Trujillo – 2018” es de importancia teórica ya que ayudará a futuros tesisistas que sigan esta línea de investigación para la obtención de mayor información. Asimismo, servirá como medio práctico para docentes que deseen tomar como referencia las estrategias expuestas en la investigación para sus sesiones de aprendizaje, en beneficio de sus educados. De igual manera favorecerá a aquellos que necesitan alguna asesoría respecto al diseño metodológico de investigación y aquellos que quieran averiguar sobre las propuestas que se han planteado sobre el uso de plataformas virtuales para mejorar la comunicación interna de un área y/o institución.

## 1.6. Hipótesis

**Hi.** El plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales mejora considerablemente la comunicación interna en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, Trujillo – 2018.

**Ho.** El plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales no mejora considerablemente la comunicación interna en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, Trujillo – 2018.

## 1.7. Objetivo

### **General:**

Determinar en qué medida un plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales mejora la comunicación interna en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, Trujillo – 2018.

### **Específicos:**

1. Diagnosticar la comunicación interna mediante un pre test en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad Víctor Larco Herrera, Trujillo.
2. Diseñar un plan de comunicación basado en plataformas virtuales para mejorar la comunicación interna en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, Trujillo.
3. Validar el plan de comunicación basado en plataformas virtuales a través de juicio de expertos.
4. Aplicar el plan de comunicación basado en plataformas virtuales en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, Trujillo, para mejorar la comunicación interna en el área.
5. Evaluar los resultados obtenidos en el post test en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad Víctor Larco Herrera, Trujillo.

## **II. MÉTODO**

### **2.1. Tipo de estudio y Diseño de investigación**

- Pre experimental – Transversal

B1\_X\_B2

B1: Pre test

X: Plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales

B2: Post Test

### **2.2.Variable**

- Variable Independiente: Plan de comunicación en plataformas virtuales
- Variable Dependiente: Comunicación Interna

### 2.3.Operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>Plan de comunicación en plataformas virtuales</b>	Servicios basados en la web que permiten la relación, difusión de información, coordinación de eventos y cosas generales (José Luis, Orihuela, 2008).	Realización de una guía de observación para evaluar si el área hace uso de entornos digitales como medio de comunicación.	La comunicación en entornos digitales.	-Uso de entornos digitales. -Usos de TIC. -Formas de comunicación digital.	Ordinal
			Web 2.0	-Conocimiento de plataformas virtuales. -Necesidades y preferencias. - Funcionalidad.	Ordinal

Variab le	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimen-siones	Sub dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>Comunicación interna</b>	La comunicación interna es el intercambio de información entre todos los niveles de una organización para el buen desarrollo del mismo Paul Capriotti (1998).	Realización de encuestas para elaborar el diagnóstico la comunicación interna del área y evaluar si el plan de comunicación a través de plataformas virtuales mejoró la comunicación.	Comunicación Descendente	Comunicación. Libertad de opinión.	-Información coherente - Instrucciones -Motivación	Ordinal
			Comunicación Ascendente	Lenguaje corporativo. Identificación de problemas.	-Cultura -Decisiones -Conflictos y sugerencias	Ordinal
			Comunicación Horizontal	Fortalecer relaciones. Servicio	- Evitar rivalidad -Construir armonía -Empatía.	Ordinal

## **2.4. Población y Muestra**

**2.4.1 Población:** Trabajadores del área de Servicios Públicos que suma la cantidad de 157 de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera del presente año.

**2.4.2 Muestra:** 157 trabajadores.

## **2.5. Criterios de selección**

### **2.5.1 Unidad de análisis**

- Todos los trabajadores del área de Servicios Públicos de la Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera.

### **2.5.2 Criterios de inclusión**

- Trabajadores del área de Servicios Públicos:
- Parques y jardines, limpieza pública
- Trabajadores de la SubGerencia de Servicios Públicos:
- Directivos, administrativos, promotores, operadores (Programa de Segregación en la fuente y recolección de residuos sólidos)

### **2.5.3 Criterios de exclusión**

- Trabajadores externos que no pertenecen al área de Servicios Públicos.
- Practicantes de la SubGerencia de Servicios Públicos.

## 2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

### 2.6.1. Técnicas e instrumentos

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	OBSERVACIONES
Encuesta	Cuestionario	Se aplicará para elaborar un diagnóstico sobre la comunicación interna del área.
Observación	Ficha de observación	Se aplicará para conocer si los trabajadores hacen uso de medios digitales.

### 2.7. Métodos de análisis de datos

- En el método de análisis de datos, primero se llevó a cabo el diagnóstico del pre test; donde se realizó un traslado de los datos que proporcionaron los encuestados en un archivo de Microsoft Excel, se analizó el nivel de la comunicación interna del área. La cantidad de preguntas fueron 10 y las opciones se mostraron a través de los ítems “mucho, poco y nada”. Donde mucho equivale a 3, poco 2 y nada 1. Posteriormente, se desarrolló una suma de los resultados en el que:

[ 0 - 10 ]	NADA	1
[ 11 - 20 ]	POCO	2
[ 21 - 30 ]	MUCHO	3

Luego, se procedió a realizar un porcentaje de los resultados obtenidos.

- Para llevar a cabo el análisis del post test de manera clara, se desarrolló un traslado de los datos que proporcionaron los encuestados en un archivo de Microsoft Excel, donde se analizó el nivel de la comunicación interna del área después de aplicar las estrategias sobre el plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales para mejorar su comunicación interna. La cantidad

de preguntas fueron 10 y las opciones se mostraron a través de los ítems “mucho, poco y nada”. Donde mucho equivale a 3, poco 2 y nada 1. Posteriormente, se desarrolló una suma de los resultados en el que:

[ 0 - 10 ]	NADA	1
[ 11 - 20 ]	POCO	2
[ 21 - 30 ]	MUCHO	3

Luego, se procedió a realizar un porcentaje de los resultados obtenidos.

- Finalmente, se utilizó la prueba T de Student, que consiste en la comparación de las muestras emparejadas para establecer diferencias entre las mismas a través de una fórmula estadística, de esta manera se verificó en qué medida el Plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales mejoró significativamente la comunicación interna en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, Trujillo – 2018.
- Los resultados se obtuvieron mediante el programa SPSS, dando inicio a la prueba de normalidad. Esta prueba comparó la función de distribución acumulada empírica (ECDF) de los datos de la muestra con la distribución esperada si los datos son normales.

## **2.8. Aspectos éticos**

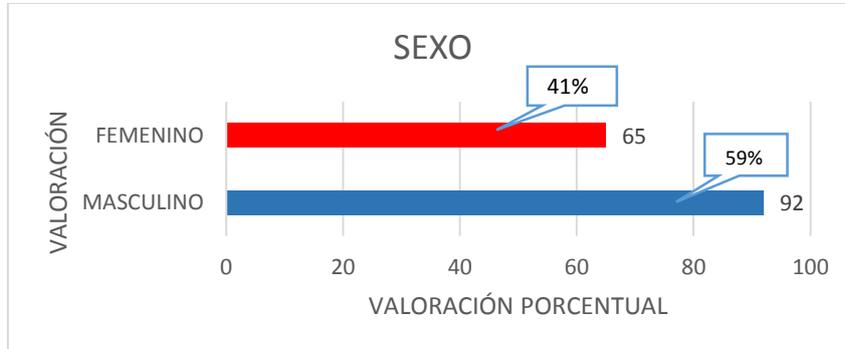
Durante el desarrollo del proyecto de investigación se realizó una búsqueda concisa de información y requisitos necesarios para un exigente desarrollo de tesis.

Por otro lado, la investigación “Plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales para mejorar la comunicación interna en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, Trujillo – 2018” comprende autenticidad en los temas, citación APA según los diversos autores en el marco teórico y no pretende plagio alguno.

### III. RESULTADOS

#### 3.1 RESULTADOS DE APLICACIÓN DE CUESTIONARIO

**GRAFICO N° 1: SEXO DE LOS TRABAJADORES ENCUESTADOS**

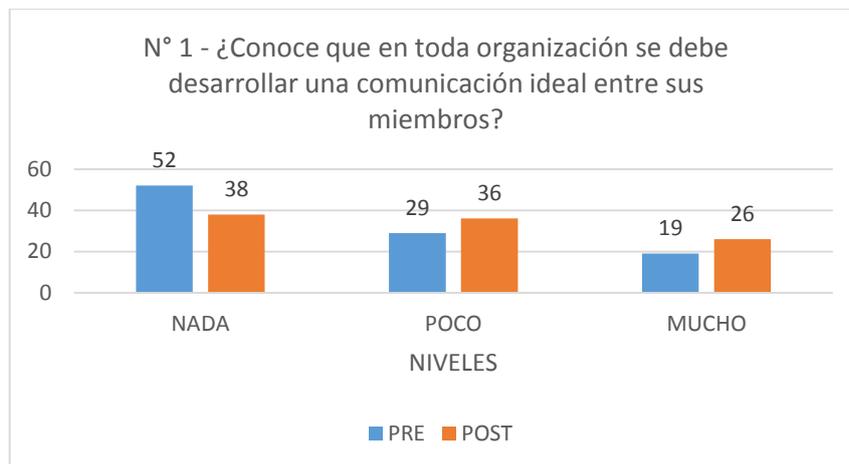


Fuente: Propia

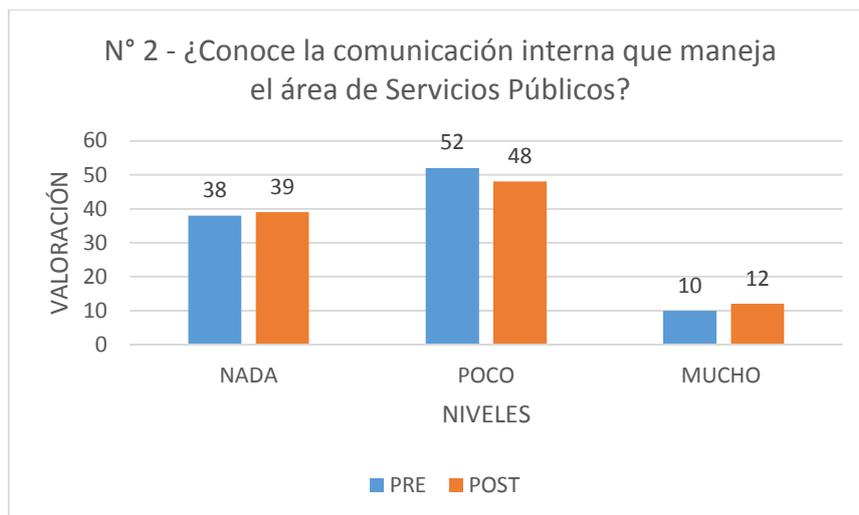
#### DESCRIPCIÓN

De acuerdo a los porcentajes del sexo, del total de trabajadores encuestados en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, predomina el sexo masculino como mayor porcentaje, con un 59 %. Por otro lado, el sexo femenino resulta un 41 %.

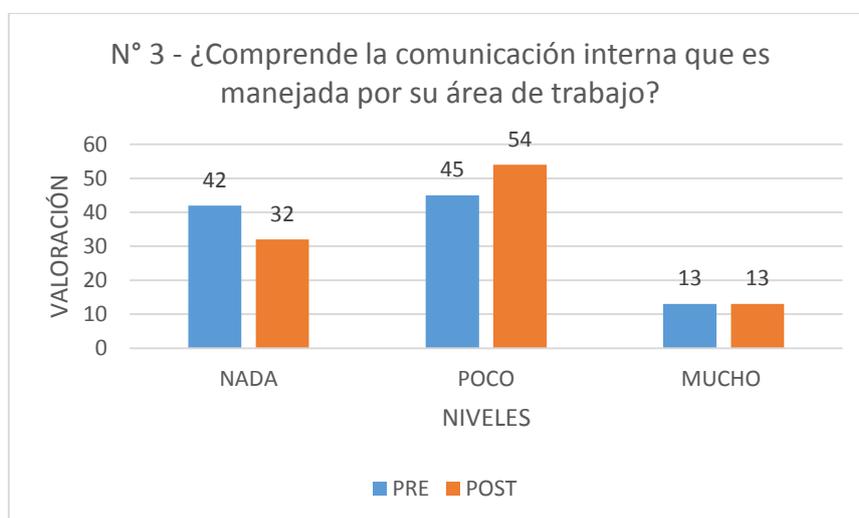
**GRAFICO N° 2: PRIMERA SUB DIMENSIÓN “COMUNICACIÓN”**



Fuente: Propia



Fuente: Propia



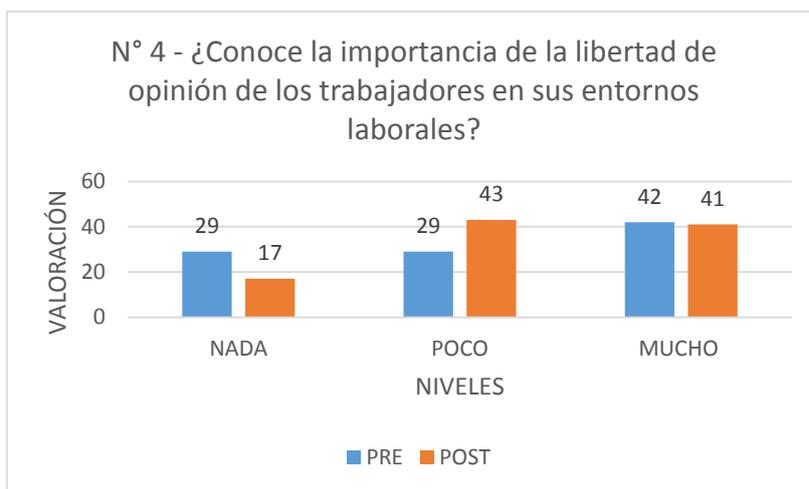
Fuente: Propia

### Interpretación

Referente a la primera sub dimensión en el pre test, siendo “comunicación”, si conocen que en toda organización se debe desarrollar una comunicación ideal entre sus miembros, contamos con que, del total de los trabajadores encuestados, el 19 % conoce mucho, seguido de un 29 % poco y 52 % nada (pregunta n° 1). Sobre la comunicación interna que maneja Servicio Públicos, el 10 % conoce mucho, seguido de un 52 % poco y 38 % nada (pregunta n°2). Finalmente, sobre si comprenden su comunicación interna, se encontró que el 13 % comprende mucho, seguido de un 45 % poco y 42 % nada (pregunta n°3). De acuerdo al post test sobre si conocen que en toda organización se debe desarrollar una comunicación ideal entre sus miembros, contamos con que, del total de los trabajadores encuestados, el 26 % conoce mucho, seguido de un 36 % poco y 38 % nada (pregunta n° 1). Sobre la comunicación

interna que maneja Servicio Públicos, el 12 % conoce mucho, seguido de un 48 % poco y 39 % nada (pregunta n°2). Finalmente, sobre si comprenden su comunicación interna, se encontró que el 13 % comprende mucho, seguido de un 54 % poco y 32 % nada (pregunta n°3).

### GRAFICO N° 3: SEGUNDA SUB DIMESIÓN “LIBERTAD DE OPINIÓN”

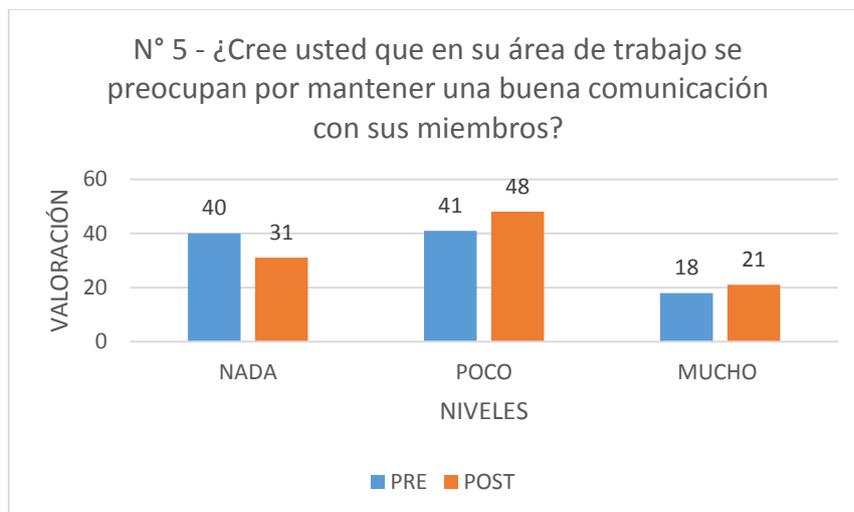


Fuente: Propia

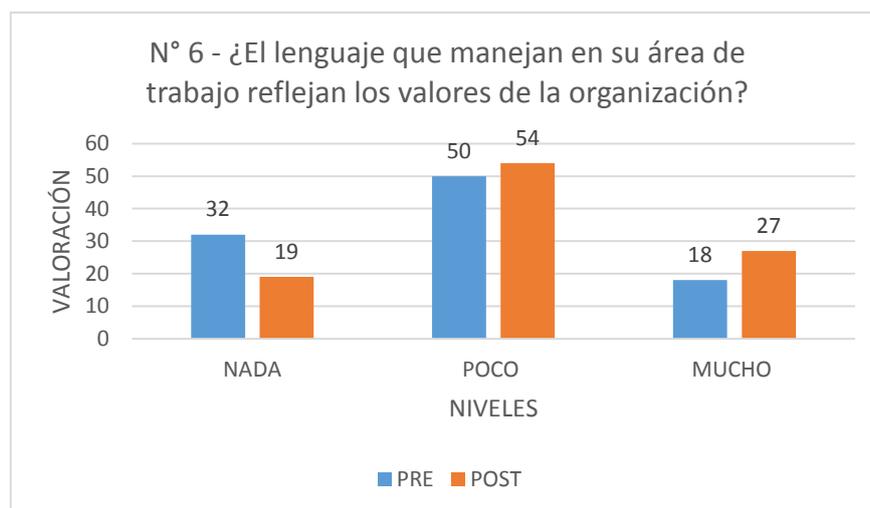
#### Interpretación

Referente a la segunda sub dimensión, siendo “libertad de opinión”, en el pre test, de acuerdo a si conocen la importancia de la libertad de opinión de los trabajadores en entornos laborales se encontró que, el 42 % conoce mucho, seguido de un 29 % poco y 29 % nada. De acuerdo al post test, sobre si conocen la importancia de la libertad de opinión de los trabajadores en entornos laborales se encontró que, el 41 % conoce mucho, seguido de un 43 % poco y 17 % nada.

#### GRAFICO N° 4: TERCERA SUB DIMESIÓN “LENGUAJE CORPORATIVO”



Fuente: Propia



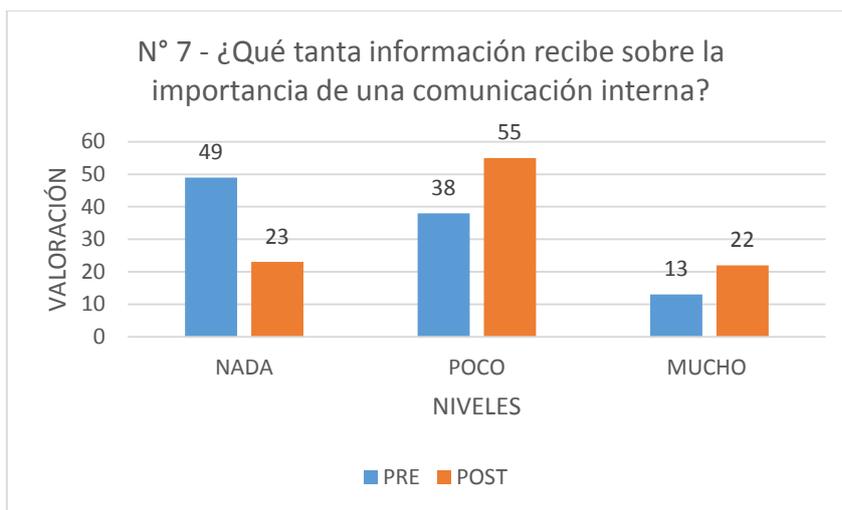
Fuente: Propia

#### Interpretación

Referente a la tercera dimensión, siendo “lenguaje corporativo”, en el pre test, de acuerdo a si considera que en su área de trabajo se preocupan por mantener una buena comunicación con sus miembros, se encontró que el 18 % mucho, seguido de un 41 % poco y 40 % nada (pregunta n° 5). Finalmente, de acuerdo a considera que el lenguaje de su área de trabajo refleja los valores de la organización se encontró; 18 % mucho, seguido de un 50 % poco y 32 % nada (pregunta n° 6). De acuerdo al post test, sobre si considera que en su área de trabajo se preocupan por mantener una buena comunicación con sus miembros, se encontró

que el 21 % mucho, seguido de un 48 % poco y 31 % nada (pregunta n° 5). Finalmente, de acuerdo a considera que el lenguaje de su área de trabajo refleja los valores de la organización se encontró; 27 % mucho, seguido de un 54 % poco y 19 % nada (pregunta n° 6).

**GRAFICO N° 5: CUARTA SUB DIMESIÓN “IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS”**

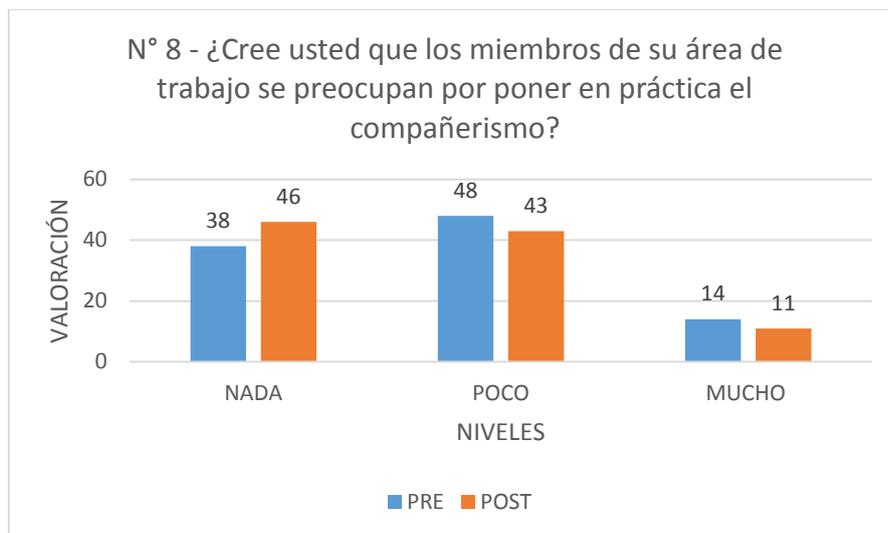


Fuente: Propia

**Interpretación**

Referente a la cuarta dimensión, siendo “identificación de problemas” en el pre test, de acuerdo a que tanta información reciben sobre la importancia de una comunicación interna se encontró que un 13 % mucho, seguido de un 28 % poco y 49 % nada. De acuerdo al post test sobre qué tanta información recibe sobre la importancia de una comunicación interna se encontró que un 22 % mucho, seguido de un 55 % poco y 23 % nada.

## GRAFICO N° 6: QUINTA SUB DIMESIÓN “FORTALECER RELACIONES”

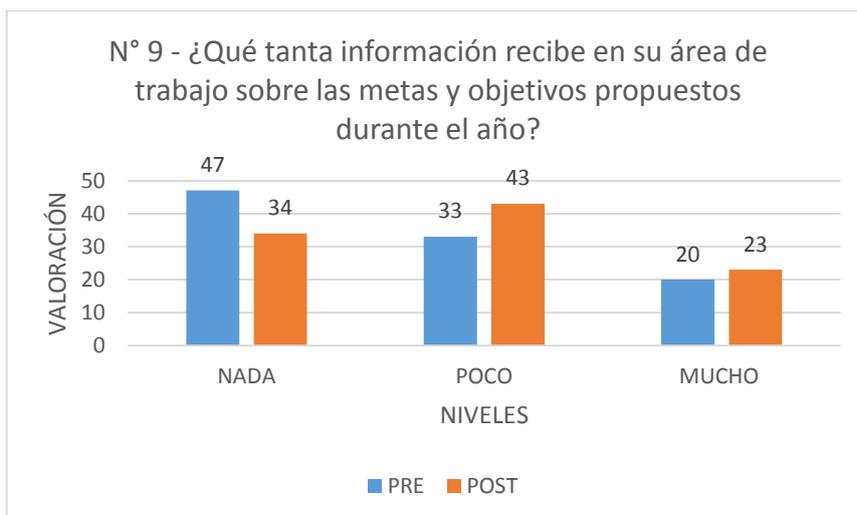


Fuente: Propia

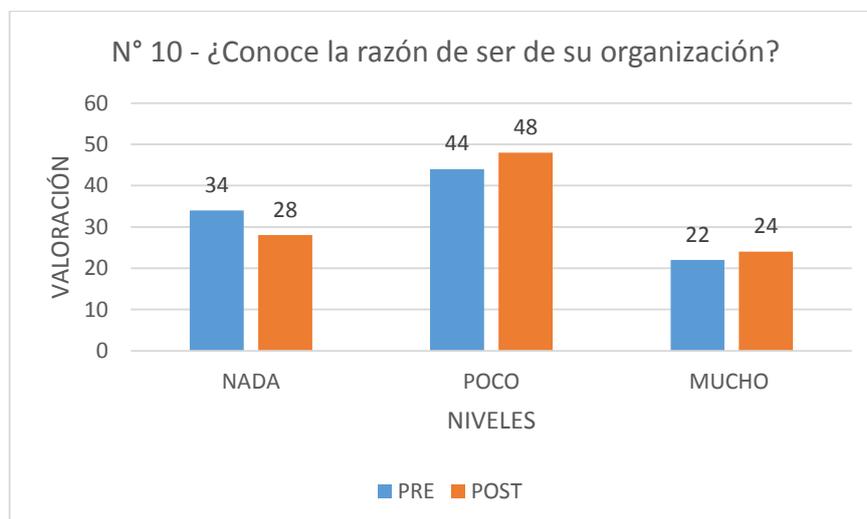
### Interpretación

Referente a la quinta dimensión, siendo “fortalecer relaciones” del pre test, de acuerdo a si los miembros de su área de trabajo se preocupan por poner en práctica el compañerismo se encontró que un 14% considera mucho, seguido de un 48 % poco y 38 % nada. De acuerdo al post test sobre si los miembros de su área de trabajo se preocupan por poner en práctica el compañerismo se encontró que un 11% considera mucho, seguido de un 43 % poco y 46 % nada.

## GRAFICO N° 7: SEXTA SUB DIMESIÓN “SERVICIO”



Fuente: Propia



Fuente: Propia

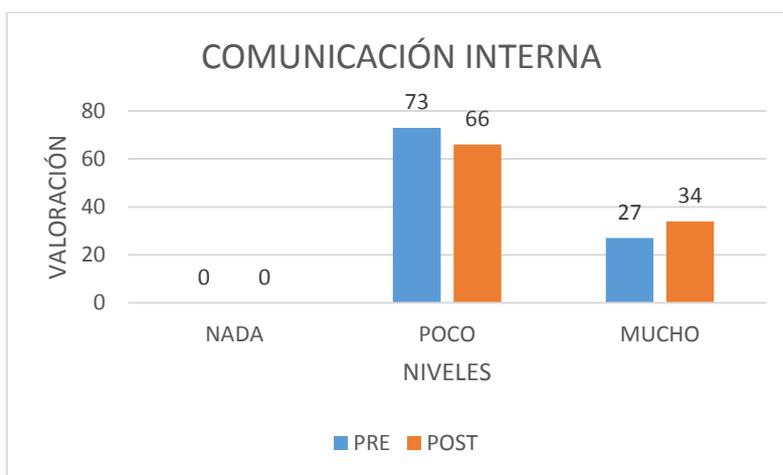
### Interpretación

Referente a la sexta sub dimensión, siendo “servicio”, en el pre test de acuerdo a cuanta información reciben sobre las metas y objetivos propuestos durante el año se encontró que 20 % mucho, seguido de un 33 % poco y 47 % nada (pregunta n° 9). Finalmente, de acuerdo a que tanto conoce la razón de ser de su organización se encontró que 22 % mucho, seguido de un 44 % poco y 34 % nada (pregunta n° 10). De acuerdo al post test, sobre cuanta información reciben sobre las metas y objetivos propuestos durante el año se encontró que 23 % mucho, seguido de un 43 % poco y 34 % nada (pregunta n° 9). Finalmente, de acuerdo

a que tanto conoce la razón de ser de su organización se encontró que 24 % mucho, seguido de un 48 % poco y 28 % nada (pregunta n° 10).

### GRÁFICO 8° - COLUMNA AGRUPADA

A continuación, se presentan los resultados generales, obtenidos de la encuesta aplicada para el pre-test de la investigación en los trabajadores del área de Servicios públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, 2018.



Fuente: Propia

### INTERPRETACIÓN

- De acuerdo a los resultados obtenidos en el pre-test se encontró que el 27 % (43 trabajadores) conocen mucho sobre temas relacionados a comunicación interna, seguido de un 73 % (114 trabajadores) que conoce poco sobre el mismo.
- De acuerdo a los resultados obtenidos en el post-test se encontró que el 34 % (53 trabajadores) conocen mucho sobre temas relacionados a comunicación interna, seguido de un 66 % (104 trabajadores) que conoce poco sobre el mismo.

## PRUEBA T - STUDENT

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la prueba T de student, que consiste en la comparación de las muestras emparejadas para establecer diferencias entre las mismas a través de una fórmula estadística, es decir, se diferenciaron los resultados obtenidos en el pre y post test sobre la aplicación del Plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales para mejorar la comunicación interna en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, 2018.

**Tabla 1°**

<b>PRUEBAS DE NORMALIDAD</b>						
	<b>Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup></b>			<b>Shapiro-Wilk</b>		
	<b>Estadístico</b>	<b>gl</b>	<b>Sig.</b>	<b>Estadístico</b>	<b>gl</b>	<b>Sig.</b>
<b>VAR00002</b>	0,066	157	0,093	0,991	157	<b>0,389</b>
<b>a. Corrección de significación de Lilliefors</b>						

### INTERPRETACIÓN

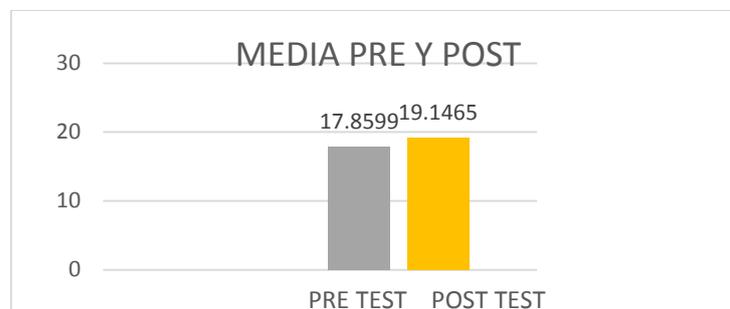
El nivel de significancia para la prueba de normalidad es de 0,389, al ser mayor de 0,05 quiere decir que la diferencia observada es adecuadamente grande, y la prueba rechaza la hipótesis nula de normalidad de la población.

- **RESULTADOS DETALLADOS SOBRE LA PRUEBA T-STUDENT**

**Tabla 2°**

<b>ESTADÍSTICAS DE MUESTRAS EMPAREJADAS</b>					
		<b>Media</b>	<b>N</b>	<b>Desviación estándar</b>	<b>Media de</b>
					<b>error estándar</b>
Par 1	<b>PRE</b>	17,8599	157	3,83215	0,30584
	<b>POST</b>	19,1465	157	3,10875	0,24810

CORRELACIONES DE MUESTRAS EMPAREJADAS				
		N	Correlación	Sig.
Par 1	pre & post	157	0,121	0,132



La media como resultado inicial en el pre test obtiene un 17,86, luego de haber aplicado el plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales fue de un 19,15.

Tabla 5°

PRUEBA DE MUESTRAS EMPAREJADAS									
DIFERENCIAS EMPAREJADAS									
		Media	Desviación estándar	Media de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia		t	gl	Sig. (bilateral)
					Inferior	Superior			
Par 1	pre - post	-1,28662	4,63411	0,36984	2,01717	-0,55608	-3,479	156	0,001

### INTERPRETACIÓN

El nivel de significancia para la prueba T de student de muestras emparejadas es de **0,001**, al ser menor a 0,05 rechaza el  $H_0$  y se aprueba la hipótesis alternativa, es decir, el plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales mejoró considerablemente la comunicación interna en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, Trujillo – 2018.

#### **IV. DISCUSIÓN**

A partir de los hallazgos encontrados, aceptamos la hipótesis alternativa general que establece que, el Plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales mejoró considerablemente la comunicación interna en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, Trujillo – 2018.

Estos resultados guardan relación con la importancia de establecer un plan de comunicación detallado, ya que por medio de este se definen estrategias, mensajes y canales que incluyen la necesidad de trabajar en un objetivo definido; vinculado con lo que sostienen Rodríguez y Opazo (2008) sobre el correcto modelo de comunicación interna que debe basarse en la colaboración de todos los elementos de la organización, reunir información, emoción y escucha, es decir, con la participación de todo el equipo a fin de reconocer la comunicación interna como herramienta de gestión y aspecto fundamental, con un cambio de mentalidad de los directivos, asumiendo la comunicación como su responsabilidad.

Además, reconocer la intranet (plataformas virtuales) como herramienta con características de adaptación de acuerdo a sus necesidades, con la creación de un portal que incluyen tres rasgos fundamentales tales como; inmediatez, interactividad y estilo coloquial, porque es preciso que toda organización consiga que los miembros reciban, entiendan y acepten una comunicación efectiva mediante la ejecución de estrategias definidas. Ello es acorde con lo que en este estudio se halla.

Respecto al diagnóstico establecido en los trabajadores del área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, se encontró que el nivel de conocimiento sobre la sub dimensión “comunicación” predominaron los resultados entre poco y nada, donde el 19 % de trabajadores conoce mucho, el 29 % poco y el 52 % nada respecto a que en las organizaciones deben desarrollarse una comunicación ideal entre sus miembros. Asimismo, sobre su comunicación interna, los miembros del área tienen un vago conocimiento porque se encontró que solo el 10 % conoce mucho, seguido de un 52 % poco y 38 % nada, teniendo concordancia con la comprensión del mismo debido a que solo el 13 % comprende mucho, acompañado de un 45 % poco y 42 nada (véase gráfico n° 2).

Entonces, se demuestra que al ser una organización pública influye en el resultado debido a que el entendimiento de los trabajadores sobre temas relacionados a este fue bajo, su influencia guarda relación con lo que sostiene Ramió (2002), presentando las características de los organismos públicos; estos no escogen un ámbito de actuación sobre comunicación, sino que la legislación lo define. Al contar con ciertos privilegios y posibilidades sobre la inexistencia de una competencia, no existe una preocupación por reforzar estrategias que mejoren el desarrollo de la comunicación entre sus miembros, porque al no existir pérdidas no desaparecen con el tiempo. Sin embargo, pese a ello los miembros son conscientes de ciertos elementos que deben estar en las organizaciones, refiriéndonos a la segunda dimensión “libertad de opinión” donde el 42 % conoce mucho sobre la importancia de esto, seguido de un 29 % poco y 29 % nada (véase gráfico n° 3).

Continuando con lo que sostiene Ramió (200) cuando una organización pública se encuentra bajo presiones de naturaleza política los hace vulnerables, debido al carácter electoral, el plazo es corto –cambia cada 4 años- lo que dificulta la planificación de estrategias, estableciendo nuevos objetivos en cada periodo. Donde también se ve afectado el “lenguaje corporativo”, siendo la tercera sub dimensión; se encontró que solo el 18 % considera que su área se preocupa mucho por mantener una buena comunicación, seguido de un 41 % poco y 40 % nada, acompañado de los valores que deben establecerse en ellos, por lo que los trabajadores consideran que solo el 18 % del lenguaje empleado, refleja mucho, seguido de un 50 % poco y 32 % nada (véase gráfico n° 4).

La existencia de los cambios sobre el carácter electoral demuestra que afecta directamente el proceso de comunicación interna en la organización, resaltando como una “identificación de problemas” de acuerdo a la sub dimensión cuatro, sobre qué tanta información recibe por la importancia de una comunicación interna, encontrando que un 13 % comenta que mucho, seguido de un 28 % poco y 49 % nada (véase gráfico n° 5). Respecto al fortalecimiento de las relaciones en los miembros, solo el 14% de los trabajadores considera que el área se preocupa por ahondar mucho en ello, seguido de un 48 % poco y 38 % nada (véase gráfico n° 6).

Asimismo, esto también tiene concordancia sobre el manejo de los miembros respecto al uso de entornos virtuales y la funcionalidad de los mismos, no existe una capacitación y preocupación por definir nuevas formas de comunicación para que los integrantes entiendan la cultura de la organización, porque solo el 20 % conoce mucho sobre las metas y objetivos, seguido de un 33 % poco y 47 % nada, acompañado del conocimiento sobre la razón de ser de la organización donde solo el 22 % conoce mucho, el 44 % poco y 34 % nada (véase gráfico n° 7). Es ahí donde la comunicación que desarrolla el área ocasiona un entendimiento confuso, vacilante y plural a diferencia de los sectores privados.

Entonces, de acuerdo a los resultados generales obtenidos sobre el diagnóstico establecido en el pre test de la investigación, se concluye que el nivel de conocimiento sobre comunicación interna en los trabajadores es de 27 % mucho, seguido de un 73 % que conoce poco sobre el mismo. Este resultado tiene relación con la investigación realizada por Guzmán (2015) en su tesis *Comunicación organizacional y clima laboral: diseño de un plan de comunicación interna para mejorar el clima laboral en el área servicio al cliente de la empresa CONECEL S.A*, donde en su diagnóstico sobre el ambiente laboral de la empresa encontró problemas comunicacionales; como la falta de canales de comunicación y escasa atención con la comunicación interna. Es por ello que propuso un plan de comunicación a fin de convertirlo en una oportunidad para manifestar las necesidades que deben ser resueltas mediante un mensaje directo y previamente planificado.

Respecto a los resultados obtenidos en el post test de la investigación realizada a los trabajadores del área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, 2018. Referente a la primera sub dimensión “comunicación” se estableció un equilibrio entre los resultados “mucho, poco, nada” a diferencia del primer diagnóstico, donde del total de los encuestados el 26 % conoce mucho sobre que en toda organización se debe desarrollar una comunicación ideal entre sus miembros, seguido de un 36 % poco y 38 % nada. Asimismo, sobre su comunicación interna el 12 % conoce mucho, seguido de un 48 % poco y 39 % nada, teniendo relación con la comprensión de la misma donde el 13 % comprende mucho, seguido de un 54 % poco y 32 % nada (véase gráfico n° 10).

Respecto a la segunda sub dimensión “libertad de opinión”, el 41 % conocen mucho sobre la importancia del mismo en entornos laborales, seguido de un 43 % poco y 17 % nada, aumentando su conocimiento sobre este elemento (véase gráfico n° 11). Referente a la tercera dimensión “lenguaje corporativo” que se establece en el área, el 21 % considera que su área se preocupa mucho por mantener una buena comunicación entre sus miembros, seguido de un 48 % poco y 31 % nada, asimismo, sobre si el lenguaje establecido en su entorno laboral refleja valores, el 27 % considera que mucho, seguido de un 54 % poco y 19 % nada (véase gráfico n° 12).

Referente a la cuarta sub dimensión “identificación de problemas” de acuerdo a que tanta información reciben sobre la importancia de la comunicación interna el 22 % considera que mucho, el 55 % poco y 23 % nada (véase gráfico n°13). Por otro lado, la quinta dimensión “fortalecer relaciones” de acuerdo a si los miembros del área se preocupan por poner en práctica el compañerismo el 11 % considera que mucho, el 43 % poco y el 46 % nada, a diferencia del primer diagnóstico el resultado “nada” predominó, entonces, refleja que existen ciertos conflictos sobre el trato entre los mismos miembros (véase gráfico n° 14).

Sobre la sexta dimensión “servicio” de acuerdo a cuanta información reciben sobre las metas y objetivos propuestos el 23 % considera que mucho, el 43 % poco y 34 % nada, finalmente, respecto al conocimiento la razón de ser de la organización el 24 % conoce mucho, seguido de un 48 % poco y 28 % nada (véase gráfico n° 15).

Sobre los resultados generales obtenidos en el post test se encontró que el nivel de conocimiento sobre comunicación interna fue mucho en un 34 % quiere decir que aumentó un 7 % y poco en un 66 % (véase gráfico n° 16).

Entonces, las diferencias entre el pre test y post tes de la investigación resaltó debido a que con las estrategias propuestas en el plan de comunicación establecida en el área hacia los trabajadores a fin de mejorar su comunicación interna, permitió desarrollar un sentido de preocupación por la “calidad” de comunicación en sus formas de gestión, porque se incidió en resaltar mensajes de información coherente, motivación, cultura empresarial, evitar rivalidad, construir armonía y empatía; tal cual sostiene Kreps (1990) donde explica

que “*el modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la organización; es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las mismas*” por su parte según Costa (1998) menciona que debe ser “*fluida, implicante, motivante, estimulante y eficaz en sí misma*” centrados en un plan estratégico de la organización que debe desarrollarse de acuerdo al grado de políticas que esta mantiene.

Para agregar, Pinillos (1996) también asegura que influye la misión, visión, cultura, valores, mensajes, acontecimientos principales y objetivos generales, que dan inicio a la creación de relaciones eficientes entre los equipos de las organizaciones, logrando retos entre sí mismos y finalmente generando un valor propio.

Estos elementos plasmados en internet, según Cabero permite una oportunidad representativa de las TIC (Tecnología, información y comunicación) por su información multimedia (información de tipo textual, imagen), interactividad (intercambio de información entre el usuario), inmaterialidad, instantaneidad, innovación, y demás características que adaptan los recursos utilizados a las necesidades y características que esta disponga.

Finalmente, tras haber realizado la prueba T de student de muestras emparejadas, el nivel de significancia fue de 0,001, al ser menor a 0,05 rechazó el  $H_0$ , estableciendo que el plan de comunicación diseñado para mejorar la comunicación interna del área influyó considerablemente. Sin embargo, dentro del desarrollo del mismo se consideraron los tres tipos de comunicación interna. Iniciando con comunicación descendente que según Adler (1992) la finalidad de este tipo de comunicación durante su desarrollo debe centrarse en actividades productivas donde los miembros puedan adaptarse a la cultura empresarial, incluyendo objetivos que fueron mostrados en las piezas gráficas.

Es por ello que además de los recursos virtuales, fue necesario incluir actividades presenciales debido a que el público objetivo cuenta con características que son diferenciados por su nivel de educación, cargo dentro del área, sexo y edad, por ello fue preciso explicar el propósito de los mensajes destinados, considerados como instrumentos usados en las organizaciones según Andrews & Baird (2002) que resaltan los procedimientos mediante boletines, reuniones colectivas, programas de orientación de

información y educación, presentaciones, videoconferencias, correos electrónicos, entre otros. En segundo lugar, se encuentra la comunicación ascendente, donde la información dispuesta debe ser exacta para evitar distorsiones, basado en la cultura de la organización, según Adler (1992) la información ascendente permite a los encargados mejorar la identificación y gestión de problemas.

Para agregar, la comunicación horizontal de acuerdo al mismo autor, tiene el objetivo de solucionar conflictos, compartir información y construir armonía, sus instrumentos pueden regirse bajo seminarios de formación de equipos, uso de equipos de trabajo virtuales, entre otros. En el nivel teórico como en la práctica una comunicación interna es “contar a” la organización lo que la organización está haciendo, manteniendo un carácter netamente informativo según Capriotti (1998) sin embargo, la información necesita ser diversificada creando un nuevo concepto de comunicación interna como “contar con” la organización para lo que la organización está haciendo.

Es decir, los mensajes centrales se deben basar en la participación de todos los miembros sobre conocer lo que se hace dentro de ella, incentivándolos e involucrándolos en todos los aspectos de comunicación, lo cual fortalece significativamente el plan establecido en la presente investigación que contribuye al manejo de comunicaciones en las organizaciones.

## V. CONCLUSIONES

- El diagnóstico encontrado en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, Trujillo, sobre el nivel de conocimiento de los trabajadores en comunicación interna es bajo respecto a cómo se desarrolla dentro de la organización.
- Diseñar un plan de comunicación basado en plataformas virtuales para mejorar la comunicación interna en una organización pública, permite contribuir con la ejecución de una comunicación asertiva con sus miembros e incentivarlos, además debe cumplir con los criterios establecidos por la organización.
- El plan de comunicación basado en plataformas virtuales se validó por expertos que conocen el concepto de las estrategias propuestas dentro de él, lo cual permite fortalecer el contenido del mismo para desarrollar un mejor manejo del mensaje destinado a los trabajadores del área de Servicios Públicos.
- El desarrollo del plan de comunicación basado en plataformas virtuales contribuyó en el conocimiento de los trabajadores sobre su comunicación interna, pero durante su aplicación fue necesario establecer actividades presenciales para explicar el objetivo del mismo y fortalecer las estrategias propuestas, porque ambos recursos pueden adaptarse a las características de sus miembros y el carácter electoral en que se encuentren.
- La comunicación interna en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco mejoró con un nivel de significancia de 0,001 sobre el plan de comunicación basado en plataformas virtuales. Potenciando la interacción con sus miembros, aportando un carácter comunicativo y de compromiso, sin embargo, éste puede reforzarse bajo otros criterios y elementos.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- Para el sub gerente del área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco, realizar un control y registro anual sobre el estado en que se encuentran los miembros, respecto a si tienen conocimiento sobre la cultura y objetivos del área, para determinar estrategias que mejoren el desempeño de sus funciones.
- Para el área de Recursos Humanos de la Municipalidad de Víctor Larco, establecer un plan de comunicación interno formalmente escrito, que especifique el desarrollo del mismo, bajo los criterios establecidos en el carácter electoral y que éste se ponga en práctica durante cada periodo.
- Para futuros investigadores, considerar opiniones de expertos que bajo su punto de vista profesional aporten sobre el desarrollo y lineamiento de la investigación.
- Para futuros investigadores, ahondar más en las características del público al que va dirigido el plan de comunicación, porque esto influye considerablemente la orientación de la misma. Por otro lado, es necesario hacer uso de actividades presenciales y reforzar con el manejo de entornos virtuales, porque a pesar de ser una herramienta de interacción es importante considerar el proceso de adaptación de sus integrantes.

## **VII. PROPUESTA**

**PLAN DE COMUNICACIÓN  
USO DE PLATAFORMAS VIRTUALES PARA MEJORAR LA  
COMUNICACIÓN INTERNA DE SERVICIOS PÚBLICOS  
MUNICIPALIDAD DE VICTOR LARCO HERRERA,  
TRUJILLO**

## **DIAGNÓSTICO**

El área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco es responsable por el servicio de limpieza pública, parques y jardines del distrito de Víctor Larco.

Por otro lado, también cumple la labor de incentivar, concientizar y brindar apoyo a través de un Programa de Segregación en la fuente y Recolección de Residuos Sólidos, que es trabajado con sus miembros y la participación de la población para fomentar un distrito ecológico.

El principal problema que evidencia el área se centra en una débil gestión de comunicación, hasta el momento no se viene desarrollando estrategias que permitan una mejor comunicación con el personal, que permitan motivar, estimular y orientar el verdadero objetivo del área, a través de la difusión de mensajes claros. Al no tener un plan de comunicación formalmente escrito, como consecuencia existe una falta de compromiso del personal, y el grado de responsabilidad es pobre.

Una deficiente comunicación interna trae como resultado problemas en la circulación de información, profusión del rumor, desconocimiento del talento de los integrantes, desmotivación, desgaste del clima laboral, carencia sobre el desarrollo de habilidades colaborativas, problemas en la adaptación a nuevos cambios, escasez de espacios de colaboración, problemas en la gestión de intercambio de ideas, dificultad sobre la toma de decisiones, entre otros.

Es por ello que se pretende realizar un plan de comunicación a través del uso de plataformas virtuales, donde se establecerán estrategias que permitan una comunicación asertiva, conceptualizado en “contar con” la organización, justificado en dirigir un mensaje central para que sus miembros conozcan lo que se hace dentro de ella.

## **PROBLEMAS**

- Débil gestión de comunicación interna.
- Falta de estrategias de comunicación sobre revaloración del trabajo de sus miembros.
- Desgaste sobre la motivación hacia sus miembros en espacios de colaboración.
- Problemas en la adaptación a nuevos cambios.

## OBJETIVOS

- General:
  - Mejorar la comunicación entre los miembros del área mediante el uso de plataformas virtuales, como principal herramienta.
- Específicos:
  - Establecer un plan de comunicación formal basado en plataformas virtuales, en el área de Servicios Públicos.
  - Difundir piezas gráficas y contenido multimedia periódicamente en la plataforma para potenciar el factor humano sobre las funciones que desempeñan los trabajadores.
  - Exponer la importancia de establecer una buena comunicación dentro de la organización y motivar a sus miembros.

## ESTRATEGIAS

- 4.1. Realización de entrevista para presentar y explicar el objetivo del plan de comunicación.

### ▪ PRIMERA ENTREVISTA

<b>ENTREVISTADO</b>	Demetrio Huamán
<b>CARGO</b>	SubGerente – Servicios Públicos
<b>CONTACTO</b>	976 443 649

### ▪ SEGUNDA ENTREVISTA

<b>ENTREVISTADO</b>	William Toro Young
<b>CARGO</b>	Biólogo – Programa de Segregación
<b>CONTACTO</b>	949 708 140

- Entrevista: Conversación recíproca, se utiliza una técnica de recolección mediante una interrogación estructurada por el entrevistador o una conversación libre; para ambas circunstancias se hace uso de un formulario con preguntas para enfocar el propósito.

- Entrevista estructurada hacia supervisores: Se caracteriza por haber planteado preguntas previamente pensadas, donde el entrevistado responde concretamente lo que se está preguntando.
  - Ventajas: La información es fácil de interpretar, el entrevistador no requiere tener experiencia en la técnica ya que solo se debe seguir el cronograma de preguntas establecidas.
  - Desventajas: Pueden existir limitaciones durante el momento de profundizar un tema que surja en la entrevista, al no permitirse un diálogo fluido.

#### 4.2. Diseño y difusión de afiche para charla sobre comunicación interna.

• Afiche: Recurso eficaz para la difusión masiva de un producto, el mensaje del afiche debe ser claro y específico, además de realizar un lenguaje persuasivo. Se pueden agregar juegos de palabras, figuras literarias y gráficas a fin de llamar la atención del receptor al que va dirigido el mensaje.

- Afiche informativo: Tiene como principal propósito informar el mensaje específico de algún tema, está acompañado de texto e imagen.

Contenido de charla:

- Importancia de establecer una comunicación asertiva
- Uso de plataformas virtuales como nuevos canales de comunicación.
- Información sobre objetivos del Programa de Segregación en la fuente y recolección de Residuos Sólidos.

#### 4.3. Realización de piezas gráficas y contenido multimedia.

□ Piezas gráficas: Conjunto de productos visuales que se adaptan a las necesidades de determinado usuario.

- Las piezas gráficas serán diseñadas insertando el mensaje que se desea comunicar en las plataformas virtuales, con temas relacionados a la motivación, cultura, empatía, trabajo en equipo, decisiones sobre conflictos y función principal del área:
  - Pieza 1: ¡Ayúdame a cuidar el planeta!
  - Pieza 2: ¡Somos los súper héroes oficiales de la limpieza!

- Pieza 4: Inhala, exhala, piensa y actúa.
- Propuesta de comunicación visual: Reúnen competencias adquiridas donde tienen un concepto claro y transversal, permite el reconocimiento visual y son el resultado de un análisis en un contexto que otorga mejorar la experiencia de los usuarios en su interacción.
  - Programa de segregación en la fuente y recolección de residuos sólidos: Videos sobre el trabajo realizado.

4.4. Exposición: Se desarrollará una charla con propuestas multimedia, aprovechando el contenido visual para explicar la función de Servicios públicos, el propósito del Programa de Segregación y la importancia de promover una mejor comunicación en el área.

- Se hará uso de un proyector y laptop, el tiempo estimado de la charla es de 1 hora.

4.5. Difusión: En la plataforma virtual (red social) se publicarán las piezas gráficas periódicamente con los mensajes que se pretenden comunicar, esto permitirá que los trabajadores puedan visualizar constantemente la información expuesta, por otro lado, se considerarán sus sugerencias sobre el contenido.

- Fanpage: Es diseñada para desarrollar contenido multimedia por medio de páginas web, permite ganar seguidores lo que traduce incrementos de audiencia y captan la atención de los usuarios, la clave está en mantener una interacción continua con los mismos.
- Grupo: Es un sitio donde las personas tienen la posibilidad de compartir aficiones, intereses, opiniones, entre otros, en torno a un tema común. Su funcionalidad es amplia, sin embargo, la principal finalidad es la interacción continua de sus usuarios.

## **PROCEDIMIENTO A EVALUAR**

- Charla instructiva

La cantidad de ideas son importantes; las aportaciones deben ser breves, sin juzgar alguna ni eliminar cualquier crítica o autocrítica y que no se produzcan discusiones ni explicaciones.

- Ficha de registro de asistencia por la participación en charla instructiva.
- Entrevista representantes del área establecida para determinar su percepción sobre lo expuesto y la idea central.

### PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES (CRONOGRAMA)

/ Fecha	Entrevista	Charla	Entrevista
25/05/2018	2:00 – 2:30 p.m Subgerente Servicios Públicos: Demetrio Huamán	x	x
25/05/2018	3:00 – 3:30 p.m Biólogo - Programa: William Young	x	x

/ Fecha	Entrevista 1	Charla	Entrevista 2
29/05/2018	x	Trabajadores Servicios Públicos. -Identificar situaciones comunes. - Mensaje: Importancia de la comunicación interna. - Plataformas virtuales.	x
01/06/2018	x	Participantes del Programa. - Mensaje: Importancia de la comunicación interna.	x

	- Ventajas de difusión de información en plataformas virtuales.	
--	---	--

/ Fecha	Entrevista	Charla	Entrevista
04/06/2018	x	x	Hora: 9:00 a.m – 9:30 a.m Subgerente Servicios Públicos: Demetrio Huamán
04/06/2018	x	x	Hora: 2:00 p.m – 2:30 p.m Biólogo - Programa: William Young
04/06/2018	x	x	Hora: 3:00 p.m – 3:30 p.m Promotoras (Programa): 4 personas

## RECURSOS

- **Recursos humanos:** Se necesitará la presencia de dos colaboradores. Uno se encargará de la exposición la charla, el otro colaborador se encargará de apoyar en el manejo de la actividad.
- **Recursos tecnológicos:**
  - Laptop / presentación en diapositivas
  - USB
  - Proyector
  - Cámara fotográfica

## 8. PRESUPUESTO

### Materiales

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO U.	PRECIO TOTAL
2	USB	1	S/. 25.00	S/. 25.00
			<b>TOTAL</b>	<b>S/. 25.00</b>

### Servicios

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO U.	PRECIO TOTAL
1	Diseño piezas	8	S/. 30.00	S/. 240.00
2	Diseño Afiche	1	S/. 25.00	S/. 25.00
3	Movilidad	-	-	S/. 50.00
4	Alquiler de Proyector	1	S/. 75.00	S/. 75.00
6	Alquiler de laptop	1	S/. 30.00	S/. 30.00
			<b>TOTAL</b>	<b>S/. 420.00</b>

## AFICHE

**CHARLA INSTRUCTIVA**

SERVICIOS PÚBLICOS - SUBGERENCIA SERVICIOS PÚBLICOS

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ESTABLECER UNA BUENA COMUNICACIÓN?

**29 MAYO**  
HORA: 5:00 P.M.

- PROBLEMAS COMUNES EN EL ÁREA DE TRABAJO
- IMPORTANCIA DE COMUNICACIÓN INTERNA
- USO DE PLATAFORMAS VIRTUALES

**01 JUNIO**  
HORA: 5:00 P.M.

- IMPORTANCIA DE COMUNICACIÓN INTERNA
- PROGRAMA DE SEGREGACIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS
- VENTAJAS DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN EN PLATAFORMAS VIRTUALES



## PIEZAS GRÁFICAS

**AYÚDAME A CUIDAR EL PLANETA**

SERVICIOS PÚBLICOS  
MUNICIPALIDAD VÍCTOR LARCO HERERRA



**INHALA      EXHALA      PIENSA  
ACTÚA**



**SERVICIOS PÚBLICOS  
MUNICIPALIDAD VÍCTOR LARCO HERERRA**



**SOMOS LOS  
SUPER HÉROES  
OFICIALES DE LA  
LIMPIEZA**



**SERVICIOS PÚBLICOS  
MUNICIPALIDAD VÍCTOR LARCO HERERRA**



**PROGRAMA DE SEGREACIÓN EN LA FUENTE Y  
RECOLECCIÓN SELECTIVA DE RESIDUOS SÓLIDOS**

**¡SEAMOS PARTE DEL CAMBIO Y  
PONGÁMONOS EN MARCHA!**

**¿QUÉ SON LOS RESIDUOS SÓLIDOS?**

- ✓ Son aquellos materiales generados por las actividades del hombre que finalmente son desechados tras su uso.

**CLASIFICACIÓN**



**Residuos orgánicos**



**Residuos inorgánicos**



REDUCE  
REUSA  
RECICLA



# RECICLEMOS, POR UNA CIUDAD LIMPIA

## ¿QUÉ ES EL RECICLAJE?

Proceso cuyo objetivo es convertir los residuos en nuevos productos para su posterior utilización.

## ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE RECICLAR?

Disminuye la contaminación y beneficia a nuestro medio ambiente.



SEAMOS UN EJEMPLO DE

✓ **RESPONSABILIDAD SOCIAL**

✓ **CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE**



## ENCUÉTRANOS EN



SUBGERENCIA  
SERVICIOS PÚBLICOS -  
MUNICIPALIDAD  
VÍCTOR LARCO HERRERA



(044) - 481533



**DENUNCIAS**

(044) - 481533

SUBGERENCIA DE  
FISCALIZACIÓN Y CONTROL



## SUBGERENCIA DE SERVICIOS PÚBLICOS



*¿Quiénes somos?*

*¿Qué hacemos?*

**¡TE INVITAMOS  
A CONOCERNOS!**



Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera



## CHARLA INSTRUCTIVA



### IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN



### ¿Qué es comunicación interna?

- Influye en la competitividad laboral
- Expone: La misión, visión, cultura, valores, mensajes y objetivos generales, acontecimientos principales,
- Inicia relaciones eficientes entre los equipos
- Logra retos generando un "valor propio" en la compañía.



### ¿Quiénes están involucrados?



Una verdadera comunicación interna compete a todos los miembros de la compañía desde la dirección general, pasando por el resto de directivos y finalmente los empleados.



## ¿Qué se busca?



- LOGRAR UN CLIMA DE ANEXIÓN ENTRE SUS INTEGRANTES
- INCREMENTAR LA MOTIVACIÓN Y PRODUCTIVIDAD
- MANTENER UNA COMUNICACIÓN ÓPTIMA
- REUNIR INFORMACIÓN, EMOCIÓN Y ESCUCHA



## Tipos de comunicación interna

- COMUNICACIÓN DESCENDENTE
- COMUNICACIÓN ASCENDENTE
- COMUNICACIÓN HORIZONTAL



## EL USO DE PLATAFORMAS VIRTUALES

- UNA NUEVA FORMA DE COMUNICARSE

 ALVA ACOSTA, ASHLIE G.



## VENTAJAS DEL USO DE PLATAFORMAS VIRTUALES



CANAL DE COMUNICACIÓN PERMANENTE ABIERTO



FOMENTA EL DEBATE Y LA DISCUSIÓN



FACILIDADES PARA EL ACCESO DE INFORMACIÓN



## DESVENTAJAS



### ADAPTACIÓN A NUEVOS CAMBIOS

- RECURSOS DE MEDIOS DIGITALES
- MANEJO Y FUNCIONALIDAD DE LA PLATAFORMA
- ESCASA PARTICIPACIÓN DE LOS COLABORADORES



Activar Windows  
Ir a Configuración de PC

## ¿POR QUÉ USAR PLATAFORMAS VIRTUALES?



### CREAR

Producir a partir de la información y tu capacidad creativa  
Sea lo que sea ¡Ve a hacer lo tuyo!



### COMPARTIR

Compartir información con todo el mundo



### CONECTAR

Interacción con demás personas





¿MI ÁREA  
CUENTA CON  
UNA  
PLATAFORMA  
VIRTUAL?



Programa de Segregación y recolección selectiva de residuos sólidos.



La disposición final es la inserción de recicladores formalizados



Cada mes se recuperan

**10, 974**

toneladas de residuos sólidos

- IMPLEMENTADO DESDE EL AÑO 2011
- FINALIDAD: REDUCIR LA CANTIDAD Y PELIGROSIDAD DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS DISPUESTOS INADECUADAMENTE
- IMPULSAR UNA CADENA FORMAL DE RECICLAJE Y GENERAR UN INCREMENTO DE LA CONCIENCIA AMBIENTAL EN LA CIUDADANÍA



249  
210  
25

MUNICIPIOS  
INVOLUCRADOS  
IMPLEMENTARON  
EL PROGRAMA  
REGIONES DEL  
PERÚ



La municipalidad de Víctor Larco Herrera es parte del programa



- *La conciencia ambiental es esencial para poder resolver los problemas ambientales*
- *El ser humano entiende su impacto sobre el ambiente y sus recursos naturales.*

PROGRAMA DE RESIDUOS SÓLIDOS



## Referencias bibliográficas

1. Abanto, J. (2015). *La comunicación interna y su incidencia en la motivación de los colaboradores de una empresa del sector construcción del norte del país*. (Tesis de maestría). Universidad Privada del Norte. Perú.
2. Belloch, C. (2012) Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el aprendizaje. Material docente [on-line]. Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación. Pág. 1, 2, 3, 4. Universidad de Valencia. Recuperado de:  
<http://www.uv.es/bellohc/pedagogia/EVA1.pdf>
3. BRITAIN, S. y LIBER, O. (2004) "A Framework for the Pedagogical Evaluation of eLearning Environment". JISC-commissioned report, consultado septiembre 2008. Recuperado de:  
[http://www.cetis.ac.uk/members/pedagogy/files/4thMeet\\_framework/VLEfullReport](http://www.cetis.ac.uk/members/pedagogy/files/4thMeet_framework/VLEfullReport).
4. Castillo, E. (2015). Propuesta de un plan de comunicación interna para fortalecer el clima organizacional de las carreras de ciencias de la comunicación, trabajo social y turismo de la universidad nacional de trujillo – 2015. (Tesis de grado). Universidad Nacional de Trujillo.
5. Castells, M. (2001): Internet y la Sociedad Red. Pág. 1
6. Cabero, J. (2005) Cibersociedad y juventud: la cara oculta (buena) de la Luna, en AGUIAR, M.V. y FARRAY, J.I. (2005): Un nuevo sujeto para la sociedad de la información. A Coruña, Netbjblo, 13-42. Recuperado de:  
<http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/ciberjuve.pdf>.
7. Catalá, M. Comunicación Interna: Atención al mensaje y a la participación en la empresa. Universidad de Zaragoza. Recuperado de:  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/209926.pdf>
8. Capriotti, P. (1998). La comunicación Interna. Artículo publicado en Reporte C&D- Capacitación y Desarrollo, N. 13. Pp. Portada y 5-7. Argentina.
9. Campión, Raúl y Navaridas, Fermín (2012). LA WEB 2.0 EN ESCENA. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, Julio, pág. 25, 26.
10. Drucker, P. (1997) El Ejecutivo Eficiente.
11. Escalona, N. (2015). Comunicación de Instituciones públicas: La función de las instituciones públicas en entornos digitales. Capítulo IV - Pág. 109, 110, 111, 112. Barcelona.
12. Escalona, N. (2015). Comunicación de Instituciones públicas: Plan de comunicación en las instituciones públicas. Capítulo III - Pág. 86, 87, 88. Barcelona.

13. Fernández, A. Las plataformas e-learning para la enseñanza y el aprendizaje universitario en Internet. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de:  
[http://eprints.ucm.es/10682/1/capituloE\\_learning.pdf](http://eprints.ucm.es/10682/1/capituloE_learning.pdf)
14. Guzmán, F. (2015). Comunicación organizacional y clima laboral: diseño de un plan de comunicación interna para mejorar el clima laboral en el área servicio al cliente de la empresa CONECCEL S. A. Quito – Ecuador. Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social. Carrera de Comunicación Social. Quito: UCE. 99 p.
15. Javier, A., Lumbreras, A., Chávez, G., Sánchez, A., Torres, R.; (2012). *La web 2.0: un análisis de su impacto en lo social, político, cultural y económico*. Universidad Simón Bolívar. Pág. 23,24. México. Recuperado de:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4281033>
16. Moral, F. La comunicación interna. Herramienta de Gestión para las empresas. Recuperado de:  
<http://www.reddircom.org/textos/f-serrano.pdf>
17. Orihuela, J. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. Nueva Revista de Política, Cultura y Arte. Recuperado de:  
[https://www.researchgate.net/profile/Jose\\_Luis\\_Orihuela/publication/39419890\\_Internet\\_la\\_hora\\_de\\_las\\_redes\\_sociales/links/575aa70708aed884620d86d9/Internet-la-hora-de-las-redes-sociales.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Jose_Luis_Orihuela/publication/39419890_Internet_la_hora_de_las_redes_sociales/links/575aa70708aed884620d86d9/Internet-la-hora-de-las-redes-sociales.pdf)
18. Pinilla, Sara y Otálora, Daniela (2014). *Plan estratégico de comunicación interna para grupo Integra Seguros Limitada*. Trabajo de grado para optar por el título de comunicadoras sociales y periodistas. Universidad de la sabana-Facultad de comunicación social y periodismo. Bogotá, Colombia.
19. Sáenz, M. (2014). Los conflictos que genera la ausencia de comunicación interna. Observatorio de Recursos Humanos (ORH). Recuperado de:  
<http://www.observatoriorh.com/gestion/comunicacion-interna-oportunidades-trabajar-en-las-organizaciones.html>
20. Tuñez, M. (2007). Comunicación preventiva. Planificación y ejecución de estrategias de información interna y externa ante situaciones de crisis.

## ANEXOS

### ENCUESTA

El presente cuestionario es realizado con la finalidad de contribuir con la investigación sobre “Plan de comunicación basado en el uso de plataformas virtuales para mejorar la comunicación interna en el área de Servicios Públicos de la Municipalidad de Víctor Larco Herrera, Trujillo – 2018”. Su principal objetivo es elaborar un diagnóstico sobre la comunicación interna que se desarrolla en el área.

**Instrucciones:** Por favor tenga la amabilidad de responder con total sinceridad. A continuación, marque con una “x” la alternativa que considera apropiada.

SEXO: F  M

EDAD: \_\_\_\_\_ CARGO: \_\_\_\_\_

- 1. ¿Conoce que en toda organización se debe desarrollar una comunicación ideal entre sus miembros?**
  - a. Mucho
  - b. Poco
  - c. Nada
  
- 2. ¿Conoce la comunicación interna que maneja el área de Servicios Públicos?**
  - a. Mucho
  - b. Poco
  - c. Nada
  
- 3. ¿Comprende la comunicación interna que es manejada por su área de trabajo?**
  - a. Mucho
  - b. Poco
  - c. Nada
  
- 4. ¿Conoce la importancia de la libertad de opinión de los trabajadores en sus entornos laborales?**
  - a. Mucho
  - b. Poco
  - c. Nada
  
- 5. ¿Cree usted que en su área de trabajo se preocupan por mantener una buena comunicación con sus miembros?**
  - a. Mucho
  - b. Poco
  - c. Nada
  
- 6. ¿El lenguaje que manejan en su área de trabajo reflejan los valores de la organización?**
  - a. Mucho
  - b. Poco
  - c. Nada

**7. ¿Qué tanta información recibe sobre la importancia de una comunicación interna?**

- a. Mucho                      b. Poco                      c. Nada

**8. ¿Cree usted que los miembros de su área de trabajo se preocupan por poner en práctica el compañerismo?**

- a. Mucho                      b. Poco                      c. Nada

**9. ¿Qué tanta información recibe en su área de trabajo sobre las metas y objetivos propuestos durante el año?**

- a. Mucho                      b. Poco                      c. Nada

**10. ¿Conoce la razón de ser de su organización?**

- a. Mucho                      b. Poco                      c. Nada

**¡Gracias por su colaboración!**

## GUÍA DE OBSERVACIÓN

### DATOS DE LA APLICACIÓN:

Observación sobre si el área de Servicios Públicos hace uso de entornos digitales como medio de comunicación.

Fecha de aplicación:

---

Miembros que son parte del área:

---

### ASPECTOS A ANALIZAR

### OBSERVACIONES

#### Comunicación en entornos digitales

El área hace uso de medios de comunicación tradicionales.	Sí x	No	
El área hace uso de medios digitales.	Sí x	No	
El área tiene conocimiento sobre las TIC (Tecnología Información y Comunicación)	Sí	No x	Conocen sobre tecnología pero a rasgos generales
El área hace uso de TIC para compartir información con los trabajadores.	Sí x	No	Prioriza parte administrativa y programa
El área hace uso de correos electrónicos, WhatsApp, redes sociales, entre otros.	Sí x	No	Prioriza parte administrativa y programa
El área usa frecuentemente la tecnología para la comunicación con los trabajadores.	Sí x	No	Prioriza parte administrativa y programa

#### Web 2.0

El trabajador está capacitado para el uso de plataformas virtuales.	Sí	No x	Preciso ahondar más en el tema / conocen rasgos generales
El trabajador cuenta con dispositivo móvil.	Sí x	No	Parte operativa y administrativa
El trabajador cuenta con computadora.	Si x	No x	Prioriza parte administrativa en el área
El trabajador hace uso de correo electrónico, redes sociales.	Sí x	No	Facebook

El trabajador usa frecuentemente los medios digitales.	Sí x	No	Facebook
El trabajador prefiere medios tradicionales.	Sí x	No x	Es parcial – influye las características del trabajador (edad, cargo, preparación)
El trabajador no hace uso de medios digitales/ tradicionales.	Sí x	No x	
El trabajador usa dispositivos móviles para entretenimiento/ información	Sí x	No	Entretenimiento
El trabajador usa computadoras para entretenimiento/ información.	Sí x	No	Entretenimiento
El trabajador conoce la funcionalidad de un medio digital.	Sí	No x	Preciso ahondar más en el tema

## ENTREVISTA

**ENTREVISTADO(A):** OLENKA MARGOT BARDALES RAMÍREZ

**CARGO:** COMUNICADORA SOCIAL CON MAESTRÍA EN IMAGEN Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA

**¿CONSIDERA QUE EL CONTENIDO DE LAS PIEZAS GRÁFICAS PUEDEN SER ENTENDIDAS POR LOS TRABAJADORES?**

- Me parece que sí, según lo que me has dicho el público a que te estas dirigiendo son los trabajadores, supervisores, y demás. Además de complementarse obviamente con charlas y tratar de tener una comunicación más horizontal, yo creo que si van a poder ser efectivas.

**¿CONSIDERA QUE PUEDE SERVIR PARA POTENCIAR EL FACTOR HUMANO?**

- Sí, lo que pasa es que todo tipo de campaña grafica o visual, radial, va acompañada de un plan de comunicación y de acuerdo a lo que veo, haz podido conversar con las autoridades y recogido las necesidades de todas las partes. Sí se tiene que comenzar por alguna iniciativa, me parece que es una iniciativa adecuada que es más factible, ahora ¿esto va en redes sociales? (Respuesta: Sí, en redes)
- Ahora lo que yo si te recomendaría es que como no todas las personas tienen acceso al internet, puede haber problemas con acceder a estas gráficas, lo usual sería complementar con cosas presenciales. Si es así, genial; porque si no tendrías que ver nuevas estrategias.

**¿DESDE EL PUNTO DE VISTA COMO COMUNICADORA COMO CREE QUE ESTAS PIEZAS GRÁFICAS PUEDEN AYUDAR A LOS TRABAJADORES?**

- Bueno en realidad más que todo a revalorar su trabajo, a considerar que no solo son personas que muchas veces desde afuera dicen “ah solo recogen basura”. En realidad, es una gran labor, el tener que estar frente a residuos que son muy peligrosos, donde la gente aún no tenemos la cultura de desechar de forma correcta los residuos, pues definitivamente es un trabajo loable y me parece que está bien.

**¿QUE RECOMENDACIONES DARÍA A FUTUROS INVESTIGADORES QUE QUISIERAN SEGUIR CON EL LINEAMIENTO DE ESTA INVESTIGACIÓN?**

- Bueno, según lo que veo, tu investigación referido al medio ambiente, a los temas de salud pública, en realidad se debe de revalorar bastante y no esperar trabajar en una entidad del estado para poder hacerlo, se deben tomar iniciativas individuales y para poder generar campañas que apoyen no solamente a revalorar a las personas que trabajan en servicio público en este caso recogiendo basura, sino en realidad en todos los sectores, todos son importantes. Lo importante también es que las autoridades reconozcan el valor del trabajo de estas personas y tomen las medidas para capacitar, implementar bien sus equipos y puedan trabajar de mejor manera y obviamente tener una comunicación horizontal para que ellos también se sientan en confianza de poder expresar todas sus inquietudes.

Ficha de asistencia

**CONTROL DE ASISTENCIA**

LUGAR ----- FECHA-----

OBJETIVO-----  
-----

AÑO /CARGO-----

N°	Apellidos y Nombres	Firma
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		
21		
22		
23		
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30		

- Fanpage

SubGerencia de Servicios Públicos - Municipalidad Víctor Larco Herrera

Inicio

Publicaciones

Opiniones

Videos

Fotos

Información

Comunidad

Crear una página

SubGerencia de Servicios Públicos - Municipalidad Víctor Larco Herrera agregó 6 fotos nuevas. 1 de diciembre de 2017

Sin duda, no existe edad límite para ser personas altruistas. (Proceso de reestructuración de la I.E.I 2282 - Buenos Aires Sur)

Comunidad

Invita a tus amigos a indicar que les gusta esta página

A 68 personas les gusta esto

67 personas siguen esto

A Anthony Renzo Tapia y 16 amigos más les gusta esto

Información

Enviar mensaje

Servicio comunitario

Sugerir cambios

Páginas relacionadas

Municipalidad de ... Organización gubernamental Me gusta

Amautas Mineros ... Asesor educativo Me gusta

SubGerencia de Servicios Públicos - Municipalidad Víctor Larco Herrera

Inicio

Publicaciones

Opiniones

Videos

**Fotos**

Información

Comunidad

Crear una página

Todos los álbumes

Fotos de la biografía 9 fotos

I.E.I. 2282 14 fotos

I. E. P. SAN AGUSTÍN 11 fotos

I.E.P FÁTIMA 10 fotos

I.E ADA ALEGRIA DE BAZÁN 5 fotos

Programa de Educación Ambiental - Colegio Los... 28 fotos

Empadronamiento - Liberación Social 15 fotos

Fotos del perfil 2 fotos

Activar Window Ir a Configuración de

https://www.facebook.com/1773321016299746/photos/?tab=album&album\_id=1...

SubGerencia de Servicios Públicos - Municipalidad Víctor L...

Ashley Inicio

Te gusta Siguiendo Compartir ... Enviar mensaje

Newest First Search SubGerencia de Servicios Públicos - Municipalidad Víctor Larco Her

**Todos los videos**



**Reducir, reutilizar y reciclar**  
132 reproducciones · 12 de diciembre de 2017



**Programa de educación ambiental**  
100 reproducciones · 6 de noviembre de 2017



**Promovemos el cambio mediante la educación. ¡Todos podemos...**  
58 reproducciones · 20 de septiembre de 2017

Información Crear anuncio Crear página Desarrolladores Empleo Privacidad Cookies Opciones de anuncios > Condiciones Ayuda

Facebook © 2018  
Español English (US) Italiano Portugués (Brasil) Français (France) Deutsch 日本語 中文(简体) العربية हिन्दी +

Activar Windows  
Ir a Configuración de

SubGerencia de Servicios Públicos - Municipalidad Víctor L...

Ashley

Te gusta Siguiendo Compartir ...

Escribe un comentario...

**SubGerencia de Servicios Públicos - Municipalidad Víctor Larco Herrera**

12 de septiembre de 2017 · 🌐

Comprometámonos con el medio ambiente 🌱



**RECICLEMOS, POR UNA CIUDAD LIMPIA**

¿CÓMO SE RECIICLA?  
Puedes elegir si convertir los residuos en nuevos productos para su posterior utilización.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE RECIICLAR?  
Previniendo la contaminación y mejorando nuestro medio ambiente.

SEAMOS UN EJEMPLO DE  
✓ **RESPONSABILIDAD SOCIAL**  
✓ **CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE**

Me gusta Comentar Compartir

Camila Pinillos y una persona más

2 veces compartido

Escribe un comentario...

**SubGerencia de Servicios Públicos - Municipalidad Víctor Larco Herrera** agregó 15 fotos nuevas al álbum

SubGerencia de Servicios Públicos - Municipalidad Víctor Larco Herrera

Inicio Publicaciones Opiniones Vídeos Fotos Información Comunidad Información y anuncios

[Crear una página](#)

## PRE TEST

### -Trabajadores de Servicios públicos de la Municipalidad de Víctor Larco

SEXO		
MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
92	65	157

	N <sup>a</sup>	%
MUCHO	43	27%
POCO	114	73%
NADA	0	0
TOTAL	157	100%

N <sup>o</sup>	Sexo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SUMA	nivel
1	M	3	1	2	3	2	3	3	1	2	2	22	MUCHO
2	M	3	1	2	3	2	3	2	1	2	2	21	MUCHO
3	M	3	1	2	3	2	3	2	1	2	2	21	MUCHO
4	M	3	1	2	3	3	3	3	3	3	2	26	MUCHO
5	M	3	1	2	3	3	3	2	3	3	2	25	MUCHO
6	M	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	26	MUCHO
7	M	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	27	MUCHO
8	M	2	1	2	3	2	3	2	3	3	3	24	MUCHO
9	M	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	24	MUCHO
10	M	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	25	MUCHO
11	M	<u>3</u>	3	3	2	2	3	3	3	3	2	27	MUCHO

12	M	3	1	3	2	3	3	3	3	3	2	26	MUCH O
13	M	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	28	MUCH O
14	F	3	1	2	2	3	3	3	2	3	2	24	MUCH O
15	F	3	1	2	2	2	3	3	2	1	2	21	MUCH O
16	F	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	24	MUCH O
17	F	2	1	2	2	2	3	3	2	2	3	22	MUCH O
18	F	2	1	2	2	2	3	2	2	2	3	21	MUCH O
19	F	2	1	3	3	2	3	2	2	2	3	23	MUCH O
20	F	2	1	3	3	2	3	2	2	2	3	23	MUCH O
21	F	2	1	2	3	3	3	2	2	2	2	22	MUCH O
22	M	2	1	2	3	3	3	2	2	2	2	22	MUCH O
23	M	2	1	2	3	3	3	2	2	2	2	22	MUCH O
24	M	2	1	2	3	3	3	2	1	2	2	21	MUCH O
25	M	3	1	2	3	2	3	2	1	2	2	21	MUCH O
26	M	3	3	3	3	2	3	2	1	2	2	24	MUCH O
27	M	3	1	3	2	2	3	3	1	2	2	22	MUCH O
28	M	2	1	2	2	2	3	3	1	3	3	22	MUCH O
29	M	2	1	2	2	2	1	3	1	3	3	20	POCO
30	M	2	3	2	2	2	1	3	1	3	3	22	MUCH O

31	M	2	2	2	3	2	1	3	3	3	2	23	MUCH O
32	M	2	2	1	3	2	1	3	2	3	2	21	MUCH O
33	M	2	2	1	3	2	1	3	2	3	2	21	MUCH O
34	M	2	2	3	3	2	1	3	2	3	1	22	MUCH O
35	M	2	2	1	3	2	1	3	3	3	3	23	MUCH O
36	M	2	2	1	3	2	1	2	2	2	3	20	POCO
37	M	3	2	3	3	3	1	2	3	2	1	23	MUCH O
38	M	3	2	1	2	3	1	2	3	2	1	20	POCO
39	M	2	3	3	2	3	1	2	2	2	2	22	MUCH O
40	M	2	1	2	2	3	2	2	2	2	1	19	POCO
41	M	2	1	2	2	3	2	2	2	2	1	19	POCO
42	M	2	1	2	3	3	2	2	3	3	1	22	MUCH O
43	M	2	1	2	3	2	2	2	3	3	1	21	MUCH O
44	M	2	1	3	3	2	2	2	3	1	2	21	MUCH O
45	M	2	1	3	2	2	2	2	3	1	1	19	POCO
46	M	1	3	1	2	2	2	3	3	1	1	19	POCO
47	M	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	16	POCO
48	M	3	2	1	2	2	2	1	2	1	3	19	POCO
49	M	3	2	1	2	2	2	1	2	1	3	19	POCO
50	M	3	2	1	2	2	2	1	1	2	2	18	POCO
51	M	3	2	3	2	2	2	1	1	2	1	19	POCO
52	M	3	3	3	2	2	2	1	1	2	2	21	MUCH O
53	M	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	15	POCO
54	M	2	1	1	3	2	2	2	3	2	3	21	MUCH O

55	M	1	1	3	3	3	2	2	1	2	3	21	MUCH O
56	M	1	3	1	3	3	2	2	1	2	3	21	MUCH O
57	F	1	3	1	3	3	2	2	1	2	2	20	POCO
58	F	1	2	3	3	3	2	2	1	2	2	21	MUCH O
59	F	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	19	POCO
60	F	1	2	2	3	2	2	2	1	1	1	17	POCO
61	F	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	16	POCO
62	F	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	17	POCO
63	F	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	19	POCO
64	F	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	18	POCO
65	F	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	17	POCO
66	F	1	2	2	2	2	2	2	2	3	1	19	POCO
67	F	1	2	2	2	2	2	1	2	3	2	19	POCO
68	F	1	3	2	1	2	2	1	2	3	2	19	POCO
69	F	1	3	2	1	2	2	1	2	3	1	18	POCO
70	F	1	3	2	1	2	2	1	2	3	1	18	POCO
71	F	2	1	2	1	2	1	1	2	3	1	16	POCO
72	F	2	2	2	1	2	1	2	2	3	3	20	POCO
73	F	2	1	2	1	2	1	2	3	3	1	18	POCO
74	F	3	1	2	1	2	2	1	2	1	1	16	POCO
75	F	3	1	2	1	2	2	1	1	1	3	17	POCO
76	M	3	2	2	1	2	2	1	1	1	1	16	POCO
77	M	3	2	2	1	2	2	1	1	1	1	16	POCO
78	M	3	2	2	1	2	2	1	1	1	1	16	POCO
79	M	3	2	2	2	2	2	1	2	1	1	18	POCO
80	M	3	2	2	2	2	2	1	2	1	1	18	POCO
81	M	3	2	2	2	2	2	1	2	1	3	20	POCO
82	M	3	2	3	2	2	2	1	1	1	1	18	POCO
83	M	3	2	1	2	2	2	2	1	3	1	19	POCO

84	M	2	2	1	2	2	2	2	1	3	1	18	POCO
85	F	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	16	POCO
86	F	1	2	3	1	1	2	2	1	1	3	17	POCO
87	F	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	13	POCO
88	F	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	13	POCO
89	F	1	2	1	1	3	1	2	2	1	1	15	POCO
90	F	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	13	POCO
91	F	1	2	2	1	1	1	2	2	2	3	17	POCO
92	F	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	15	POCO
93	F	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	13	POCO
94	F	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	14	POCO
95	F	1	1	2	1	3	2	1	2	2	1	16	POCO
96	F	1	2	2	3	1	2	1	2	2	3	19	POCO
97	F	1	2	2	3	1	2	1	2	2	1	17	POCO
98	F	1	2	1	3	1	2	1	2	2	1	16	POCO
99	M	1	2	1	3	1	2	1	1	2	1	15	POCO
100	F	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	12	POCO
101	F	1	1	1	2	3	1	2	1	2	2	16	POCO
102	M	1	2	1	2	1	1	2	2	2	3	17	POCO
103	F	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	15	POCO
104	M	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	13	POCO
105	M	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	13	POCO
106	M	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11	POCO
107	M	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	12	POCO
108	M	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	13	POCO
109	M	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	12	POCO
110	F	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	12	POCO
111	F	1	2	2	3	3	2	1	2	1	2	19	POCO
112	F	1	2	2	3	1	2	1	2	1	3	18	POCO
113	M	1	2	2	3	1	2	1	2	1	2	17	POCO
114	F	1	2	2	3	1	2	1	2	1	2	17	POCO

115	F	1	2	2	3	1	2	1	2	1	2	17	POCO
116	F	1	2	2	3	3	1	1	2	1	2	18	POCO
117	M	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2	15	POCO
118	F	1	2	1	3	1	1	1	2	1	3	16	POCO
119	F	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2	15	POCO
120	F	2	2	1	3	1	1	1	2	1	2	16	POCO
121	M	2	2	1	3	1	1	1	1	1	2	15	POCO
122	M	1	1	1	3	1	1	1	1	1	2	13	POCO
123	M	1	1	1	3	1	1	1	1	1	2	13	POCO
124	F	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2	14	POCO
125	M	1	1	1	3	3	2	1	1	1	1	15	POCO
126	M	1	1	1	1	3	2	1	2	1	1	14	POCO
127	M	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	13	POCO
128	M	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	13	POCO
129	M	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	16	POCO
130	M	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	17	POCO
131	M	1	2	2	3	3	2	2	1	1	2	19	POCO
132	M	1	2	2	3	1	2	1	1	1	2	16	POCO
133	M	1	2	1	3	1	2	1	1	1	2	15	POCO
134	M	1	2	1	3	3	1	1	1	1	3	17	POCO
135	F	1	2	1	3	1	1	1	1	1	2	14	POCO
136	F	1	1	1	3	1	1	1	1	2	2	14	POCO
137	F	2	1	1	3	1	1	1	1	2	2	15	POCO
138	M	1	2	1	3	1	1	1	1	1	3	15	POCO
139	M	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2	15	POCO
140	M	1	1	1	3	1	1	1	2	1	2	14	POCO
141	M	1	1	1	3	1	1	1	2	1	1	13	POCO
142	M	1	1	1	3	1	2	1	2	1	1	14	POCO
143	M	1	1	1	3	1	2	1	2	1	1	14	POCO
144	M	2	2	1	3	1	2	1	2	2	3	19	POCO
145	M	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	14	POCO

146	M	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	14	POCO
147	M	1	2	2	1	1	2	2	2	1	3	17	POCO
148	F	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	17	POCO
149	F	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	14	POCO
150	F	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	13	POCO
151	F	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	12	POCO
152	F	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	13	POCO
153	M	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	13	POCO
154	M	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	12	POCO
155	F	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	12	POCO
156	F	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	13	POCO
157	F	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	14	POCO

## POST TEST

### -Trabajadores de Servicios públicos de la Municipalidad de Víctor Larco

#### SEXO

MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
92	65	157

	Nº	%
MUCHO	53	34%
POCO	104	66%
NADA	0	0
TOTAL	157	100%

Nº	SE XO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SU M A	NIVE L
1	M	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	24	MUC HO
2	F	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	15	POC O
3	M	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	14	POC O

4	F	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	16	POC O
5	M	3	1	2	3	2	2	3	2	2	2	22	MUC HO
6	M	1	1	2	2	1	1	3	3	1	2	17	POC O
7	M	3	3	2	2	3	2	3	1	2	2	23	MUC HO
8	M	3	3	2	2	1	2	3	1	2	3	22	MUC HO
9	F	3	3	2	2	3	2	3	2	2	1	23	MUC HO
10	M	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	25	MUC HO
11	M	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	25	MUC HO
12	F	3	1	2	2	3	2	3	3	2	1	22	MUC HO
13	F	1	1	2	2	1	2	1	2	1	3	16	POC O
14	M	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	14	POC O
15	M	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	14	POC O
16	F	3	3	2	2	3	2	3	2	1	3	24	MUC HO
17	F	3	3	2	2	3	2	3	2	1	2	23	MUC HO
18	M	2	1	2	2	3	2	3	2	1	2	20	POC O
19	M	2	1	2	2	3	1	3	2	1	2	19	POC O
20	F	2	1	2	2	2	1	3	2	1	1	17	POC O
21	F	2	1	2	2	2	2	2	3	1	1	18	POC O
22	M	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	19	POC O
23	M	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	18	POC O
24	F	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	18	POC O
25	M	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	22	MUC HO
26	F	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	21	MUC HO
27	M	3	3	2	2	2	2	2	1	2	1	20	POC O
28	F	1	2	2	2	2	1	2	3	2	3	20	POC O
29	M	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	16	POC O
30	F	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	16	POC O

31	F	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	15	POC O
32	M	3	2	2	2	3	2	1	1	2	1	19	POC O
33	M	3	2	2	2	3	1	1	1	2	1	18	POC O
34	M	1	2	2	2	2	1	1	1	1	3	16	POC O
35	M	1	2	2	2	2	1	1	2	3	3	19	POC O
36	M	1	2	2	2	2	2	1	2	3	3	20	POC O
37	M	1	2	2	2	2	2	1	2	3	1	18	POC O
38	M	1	2	2	2	2	2	1	2	3	3	20	POC O
39	M	3	1	2	2	3	2	3	2	3	2	23	MUC HO
40	F	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	25	MUC HO
41	F	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	25	MUC HO
42	F	3	3	2	2	3	2	3	1	2	3	24	MUC HO
43	F	3	3	2	2	3	1	3	1	1	1	20	POC O
44	M	2	2	2	3	1	1	3	2	2	3	21	MUC HO
45	M	2	2	2	3	1	2	3	2	2	3	22	MUC HO
46	M	2	2	2	3	3	1	2	2	2	3	22	MUC HO
47	M	2	2	2	3	3	1	2	2	2	1	20	POC O
48	M	2	2	2	3	3	1	2	3	2	3	23	MUC HO
49	M	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	19	POC O
50	F	3	2	2	3	3	1	2	2	2	2	22	MUC HO
51	F	3	2	2	3	3	3	2	2	2	1	23	MUC HO
52	M	1	1	2	3	1	2	2	2	1	3	18	POC O
53	F	1	1	2	2	1	3	2	2	1	2	17	POC O
54	M	1	1	1	2	1	3	2	2	1	2	16	POC O
55	F	1	1	1	2	1	3	3	2	2	3	19	POC O
56	M	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	26	MUC HO
57	F	2	2	2	2	3	2	3	1	2	1	20	POC O

58	M	2	2	2	2	3	3	3	1	2	1	21	MUC HO
59	F	3	3	2	2	3	3	3	1	1	3	24	MUC HO
60	M	3	3	2	2	3	2	3	2	1	1	22	MUC HO
61	F	1	1	1	2	2	2	3	1	3	3	19	POC O
62	M	1	1	1	3	2	2	3	1	3	3	20	POC O
63	F	1	1	1	3	2	2	1	2	1	3	17	POC O
64	F	1	1	1	3	2	2	1	2	3	3	19	POC O
65	M	3	3	2	3	2	2	1	2	2	1	21	MUC HO
66	M	3	3	2	3	2	2	1	2	2	1	21	MUC HO
67	M	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	19	POC O
68	M	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	22	MUC HO
69	M	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	22	MUC HO
70	M	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	20	POC O
71	M	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	20	POC O
72	M	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	20	POC O
73	M	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	20	POC O
74	M	1	1	1	2	1	2	2	1	3	2	16	POC O
75	F	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	15	POC O
76	M	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	16	POC O
77	F	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	24	MUC HO
78	F	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	22	MUC HO
79	F	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	20	POC O
80	M	2	2	2	3	2	2	2	1	1	3	20	POC O
81	M	2	2	2	3	2	1	2	1	1	1	17	POC O
82	M	2	2	2	3	3	1	2	1	1	2	19	POC O
83	M	2	2	2	2	3	1	3	1	1	2	19	POC O
84	M	3	2	2	2	3	1	2	2	1	2	20	POC O

85	M	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	15	POC O
86	M	1	1	1	2	1	3	2	2	1	2	16	POC O
87	M	3	2	3	2	1	3	2	2	2	1	21	MUC HO
88	F	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	25	MUC HO
89	M	3	2	3	3	2	3	2	3	2	1	24	MUC HO
90	M	3	2	3	3	2	3	2	1	3	1	23	MUC HO
91	M	3	2	3	3	3	2	1	1	2	1	21	MUC HO
92	F	3	2	3	3	3	2	1	1	2	3	23	MUC HO
93	M	3	2	3	3	3	2	1	1	3	2	23	MUC HO
94	M	3	2	3	3	3	2	1	1	2	2	22	MUC HO
95	M	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	14	POC O
96	M	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	15	POC O
97	F	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	15	POC O
98	F	1	1	1	3	2	2	2	2	1	1	16	POC O
99	F	1	1	1	3	2	2	2	2	1	2	17	POC O
100	M	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	23	MUC HO
101	F	1	1	1	3	2	2	2	2	2	1	17	POC O
102	F	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	22	MUC HO
103	M	2	2	3	3	2	1	2	1	2	2	20	POC O
104	F	1	1	1	3	2	1	2	1	2	1	15	POC O
105	F	3	2	3	3	2	3	1	1	2	2	22	MUC HO
106	M	1	1	1	3	1	3	1	1	3	2	17	POC O
107	F	1	1	1	3	1	3	1	1	3	3	18	POC O
108	F	1	1	1	3	1	2	1	1	2	3	16	POC O
109	M	1	1	1	3	1	2	1	2	3	2	17	POC O
110	F	2	2	3	3	2	2	1	2	2	1	20	POC O
111	F	2	2	3	3	1	2	2	2	1	2	20	POC O

112	F	2	2	3	1	1	2	1	2	1	2	17	POC O
113	F	2	2	3	1	1	2	1	3	1	2	18	POC O
114	F	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	13	POC O
115	M	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	14	POC O
116	M	1	1	1	1	1	3	2	1	2	1	14	POC O
117	M	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	13	POC O
118	M	2	2	3	3	2	3	2	2	1	2	22	MUC HO
119	M	2	2	3	3	2	3	2	1	2	2	22	MUC HO
120	F	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	21	MUC HO
121	F	2	2	3	3	2	3	2	1	3	1	22	MUC HO
122	F	1	1	1	1	1	3	2	1	1	2	14	POC O
123	F	1	1	1	1	1	3	2	3	2	3	18	POC O
124	F	1	1	1	1	1	3	2	2	3	2	17	POC O
125	F	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	15	POC O
126	F	1	1	1	1	1	2	2	1	3	2	15	POC O
127	F	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	15	POC O
128	F	2	2	1	3	2	3	2	1	3	3	22	MUC HO
129	F	2	2	1	3	2	2	1	2	3	1	19	POC O
130	F	2	2	1	3	2	3	2	2	2	3	22	MUC HO
131	M	2	2	1	3	2	3	2	1	2	1	19	POC O
132	M	2	2	3	3	2	3	2	1	2	2	22	MUC HO
133	M	1	1	1	1	1	3	2	1	3	2	16	POC O
134	M	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	14	POC O
135	M	2	1	1	1	1	3	1	2	1	2	15	POC O
136	M	1	1	2	3	1	3	2	3	1	3	20	POC O
137	M	2	2	2	3	2	3	2	1	1	1	19	POC O
138	M	2	2	1	1	2	3	2	1	1	2	17	POC O

139	M	1	1	1	1	2	3	2	1	3	2	17	POC O
140	M	2	2	1	1	2	3	2	1	3	2	19	POC O
141	F	2	2	1	1	2	3	2	1	3	2	19	POC O
142	F	1	1	1	3	2	3	1	1	2	2	17	POC O
143	F	1	1	1	3	1	3	1	1	3	1	16	POC O
144	M	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	14	POC O
145	M	1	1	1	1	1	3	1	3	3	3	18	POC O
146	M	1	1	1	1	1	2	2	1	3	1	14	POC O
147	M	1	1	1	1	1	3	2	1	1	2	14	POC O
148	M	2	2	1	3	2	2	2	1	1	2	18	POC O
149	M	2	2	1	3	2	2	2	3	1	2	20	POC O
150	M	2	2	2	3	2	2	2	1	1	3	20	POC O
151	M	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	18	POC O
152	M	2	2	2	3	2	3	2	1	1	1	19	POC O
153	M	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	19	POC O
154	F	2	2	2	3	2	3	2	1	3	1	21	MUC HO
155	F	2	2	2	3	2	2	2	1	3	3	22	MUC HO
156	F	2	2	2	3	2	3	2	3	3	1	23	MUC HO
157	F	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	18	POC O

## DIVISIÓN DE PARQUES Y JARDINES

#	Trabajador	Domicilio	DNI	Régimen Laboral	Fecha Inicio	Tiempo de servicio	Cargo
						15/04/2016	
1	Cueva Alberca Santos H.	Av. 28 de Julio N° 271 - Vista Alegre	180 422 98	Contrato Administrativo de Servicios	15/03/2011	0	Supervisor
2	Chavez Bazan Carlos Guillermo	Mza. J Lote 15 Urb. San Andrés V Etapa	180 365 63	Obrero - D.L. 728	01/02/2015	0	Supervisor
3	Lopez Valdivia Jose Severino	.Augusto B. Leguia 275 - Buenos Aires Norte	180 329 49	Obrero - D.L. 728	01/02/2015	0	Supervisor
4	Alcalde Carrillo Humberto	Jr. Santa Rosa 740 Bs. Aires Sur	180 423 42	Obrero - D.L. 728	02/01/2009	0	Obrero-Operador de Jardineria
5	Alcantara Leiva Segundo	Caserio Puente Ochape - Cascas	271 464 87	Obrero - D.L. 728	02/01/2009	0	Obrero-Operador de Jardineria
6	Anton Céspedes Edson Jhair	Calle Jhon F. Kennedy # 152 - Vista Alegre	475 665 31	Obrero - D.L. 728	02/09/2013	0	Obrero-Operador de Jardineria
7	Arahua Chino Rider	Calle Santa Rosa # 751 - Buenos Aires	444 423 13	Obrero - D.L. 728	02/09/2013	0	Obrero-Operador de Jardineria
8	Briceño Valdivia Obed	Jr Jorge Chavez #316- Buenos Aires norte	400 809 95	Obrero - D.L. 728	02/09/2013	0	Obrero-Operador de Jardineria
9	Briones Rojas Charles Harrison	Calle Ayacucho 507 - Vista Alegre	180 349 92	Obrero - D.L. 728	02/09/2013	0	Obrero-Chofer

<b>10</b>	Bueno Peralta Segundo Sebastian	Mz. L Lte.13- - Liberación Social	180 359 15	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Trabajador en Servicios
<b>11</b>	Castillo Cisneros Celidonio	CALLE PEDRO HERRERA 931 URB. BUENOS AIRES NORTE	180 651 82	Obrero Reincorporado DL 728	01/0 4/20 05	0	Obrero-Operador de Jardineria
<b>12</b>	Castillo Cordova Jose Francisco	Liberación Social Mza. G Lote 25 - Víctor Larco	178 051 06	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero-Operador de Jardineria
<b>13</b>	Céspedes Cadenillas Mangenia Iraida	CALLE KENNEDY JHON 152 Vista Alegre	180 658 64	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Jardineria
<b>14</b>	Chacon Juarez Julio Loreto	MZ. C. LT 11 SECTOR ROSALES DE SAN LUIS	269 325 29	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Trabajador en Servicios
<b>15</b>	Cordova De Villegas Roselinda	Callao # 439 - Buenos Aires Sur	180 406 85	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Jardineria
<b>16</b>	Crespin Mariños Juan Pablo	MZ. L. LT. 12 LIBERACION SOCIAL	325 252 41	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Sin Cargo Ocupacional
<b>17</b>	Cruz Sanchez Pedro Antonio	MZ. G Lote 29 - LIBERACION SOCIAL	406 303 75	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero-Operador de Jardineria
<b>18</b>	Del Aguila Inga Roy	Jr. 02 de Mayo # 587 - Pucallpa	403 741 31	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero-Operador de Jardineria
<b>19</b>	Diaz Ramire	Mz. G Lote. 15A Urb. Vista Alegre	480 802 98	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero-Operador de Jardineria

	z Juanito						
2 0	Diestra Chamorro Alcides	Calle Antonio Mathey 860 A.H. AA.HH. Bs. Aires Sur SEC. 2A	180 649 05	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
2 1	García Nuñez Jose Cosme	Calle Ruben Paoli N° 685 - Buenos Aires Norte	402 643 07	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Jardineria
2 2	García Ruiz Luis	Calle Desamparados 881 Bal. Buenos Aires Norte	011 030 10	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Jardineria
2 3	Herrera Paredes Jorge Luis	Jr. Pedro Herrera N° 630 - Buenos Aires Norte	438 800 42	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Jardineria
2 4	Lecca Hilario Luis Alberto	Calle Leoncio Prado N° 523 - Vista Alegre	805 311 76	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Jardineria
2 5	Llave Sanchez Juan Rosario	Calle Sanchez Carrion # 105 - Urb. Santa Isabel	801 437 04	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
2 6	Lopez Campos Teodora	CALLE Mariscal Nieto Mz. 06 Lte.20 A.H. - Buenos Aires Sur	181 767 15	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
2 7	Lopez Chavez Jhonatan Jesus	Calle Sinchi Roca #174- Vista Alegre	707 942 60	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Jardineria
2 8	Marcelo Pereda Roberto Pedro	Manuel Seoane # 980 Vista Alegre	180 662 80	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero-Chofer
2 9	Mengole Rodriguez De Aredolores	MZ 22 LT. 2 Buenos Aires Sur Sector 2 - A	178 946 03	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria

	Basilisa						
30	Mercedo Chamorro Juan Alberto	CALLE Hermanos Pinzon 712 A.H. - Buenos Aires Sur	407 610 55	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Jardineria
31	Minchola Flores Juan Jose	Calle Baquijano y Carillo # 1506	178 752 78	Obrero - D.L. 728	01/0 1/20 15	0	Chofer
32	Mines Tuana ma Daniela Elizabet	Calle Hermanos Pinzón N° 729 Buenos Aires Sur	804 771 08	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero-Operador de Jardineria
33	Nicasio Carrion Jorge Luis	Av. Bolivia MZ. 22 LT. 14- Buenos Aires Sur	431 534 26	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero-Operador de Jardineria
34	Nicasio Cruz Genaro	Jr. Iquitos 461 - Victor Larco Herrera	180 367 46	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Jardineria
35	Nieto Polo Vera Bertha Isabel	Miguel Grau N° 348 Buenos Aires	180 355 61	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero-Operador de Jardineria
36	Oliva Lamadrid Segundo Florentino	Sto. Domingo 879	175 823 21	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero-Operador de Jardineria
37	Palacios Terrones Blanco Frank	Manco Capac 370- Vista Alegre	182 266 94	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero-Chofer
38	Peralta Alvarado Carlos	Av. Victor Larco # 767 - Vista Alegre	002 165 38	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Jardineria
39	Peralta Flores Juan	San Andres Bajo Mz. C Lt. 14	450 496 33	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero-Operador de Jardineria

	Alejandro						
40	Pita Salvador Alexis Javier	Calle Jorge Chavez 322- Buenos Aires Norte	702 586 19	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Jardineria
41	Polo Ruiz Juana Elena	Los Naranjos # 192 - Vista Alegre	180 663 14	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
42	Quiroz Cholan Nelson Muller	CALLE Simon Bolivar 464 PUEBLO JOVEN Vista Alegre	414 184 87	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
43	Reyes Quiroz , Jhonny Aider	CALLE Jose C. Mareategui # 277 - Vista Alegre	182 265 63	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
44	Rivera Guerra Erika Saira	Calle Rubén Paoli 697 - Buenos Aires Norte	411 064 06	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Jardineria
45	Rodriguez Leon Santos Antonio	Av. San Paulo II Mz. G Lote 9	271 719 83	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
46	Rodriguez Quiroz Raquel Margarita	Tupac Amaru MZ. H LT. 7	180 349 02	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
47	Rodriguez Zavaleta Eucebio	Calle Jose Carlos Mariategui 242 - Huaman	180 409 25	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
48	Rosas Tomas Francisco Bernardo	Calle Carlos Manuel Cox Mz C L 15pueblo Joven Bs As. Sur	180 647 15	Obrero Reincorporado DL 728	01/0 4/20 05	0	Obrero- Operador de Jardineria
49	Rubio Moya Adolfo Rogelio	psje. Mondoñedo Mz G Lt. 10 Huamán	180 691 04	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Jardineria

50	Rumay Reyes Jose Evangelista	Pasaje Taico lt. 26 HUAMAN	405 956 61	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
51	Sanchez Vallejos Jose Praxedes	Mz. N Lte.23 - LIBERACION SOCIAL	180 363 39	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
52	Sanes Pereda Kelvin Alexander	Manuel Seoane # 1067 Vista Alegre	181 538 09	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero-Chofer
53	Santiago Medina Esteves Leonardo	Hermanos Pinzon N° 580 - Buenos Aires Sur	180 659 12	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
54	Santos Nolasco Segundo Miguel	Jr. MIGUEL GRAU N° 802 PUEBLO JOVEN BS. AIRES NORTE	180 681 11	Obrero - D.L. 728 Estables	01/1 2/19 88	0	Obrero- Operador de Jardineria
55	Saucedo Vargas Santos Eduardo	Mz. 04 Lt. 30 Calle 01 Buenos Aires Sur Sector 2A	180 333 07	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Jardineria
56	SEQUEROS JIMENEZ CONSTANTINO	CALLE Mz. O L-14 PUEBLO JOVEN LIBERACION SOCIAL	182 011 03	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
57	Silva Guevaron, Jose Antonio	Av. Bolivia Mz. C-19 Buenos Aires	181 266 11	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Limpieza
58	Suares Narro Maria Elena	Mz. G Lte. 09 Av Juan Pablo II - Los Rosales de San Luis	180 405 46	Obrero - D.L. 728 Estables	01/1 2/19 88	0	Obrero- Operador de Jardineria

59	Tuesta Espino Pedro	Calle 3 Mz. 3 LT. 9 BUENOS AIRES SUR	266 719 89	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
60	Valderama Vega Fortunato	AVENIDA BOLIVIA # 616 - Buenos As Norte	180 328 94	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
61	Valles Barrera Alfonso	JR. Garcilazo de la Vega 428 PUEBLO JOVEN Vista Alegre	180 387 00	Obrero - D.L. 728	01/1 2/20 14	0	Obrero- Operador de Jardineria
62	Vargas Tello Juan Eliseo	Av. Prolong. Juan Pablo Mz. G Lte.11 - URB. Rosales de S L	181 268 45	Obrero - D.L. 728	01/0 2/20 15	0	Chofer
63	Velasquez Avila Zenen	AAHH. Nueva Florencia II Mz. N Lte. 14	190 911 05	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
64	Villa Cachi Rosa Ysabel	Mz C Lte. 15 AA.HH Armando Villanueva del Campo-Bs As. Sur	428 935 67	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
65	Villanueva Diestra Lider Martin	CALLE Antonio Mathey 861 A.H. Buenos Aires Sur	407 604 06	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
66	Villanueva Villalobos Adrian Paulino	Jr. Antonio Mathey 826 A.H. Buenos Aires Sur SECTOR 2A	196 748 12	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
67	Zavaleta Cosavallente Carmen Haydee	Calle Kennedy Jhon 176 Pueblo Joven Vista Alegre	180 377 43	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria

## DIVISIÓN DE LIMPIEZA PÚBLICA

#	Trabajador	Domicilio	DNI	Régimen Laboral	Fecha Inicio	Tiempo de servicio	Cargo
---	------------	-----------	-----	-----------------	--------------	--------------------	-------

						<b>15/04/ 2016</b>	
<b>1</b>	Ynguill Collado Miguel Ulises	Mz. O ITE. 03 - San Andrés V Etapa	32845 946	Empleado Contratado	14/0 3/20 11	0	Supervisor
<b>2</b>	Vigo Alvarado Segundo Javier	Pasaje Taico N° 450 Huaman - Víctor Larco	18041 491	Obrero - D.L. 728	01/0 2/20 15	0	Supervisor
<b>3</b>	Anticona Quiroz Luis Enrique	Agosto B Leguia Mz. B Lte. 08 - Buenos Aires Norte	42336 253	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Limpieza
<b>4</b>	Anticona Villanueva Cesar Ivan	Pedro Ruiz Gallo # 255-B - Buenos Aires Norte	44668 493	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Limpieza
<b>5</b>	Arce Castillo Victor Mauro	Calle Berlin #261 - Juan Velasco Alvarado	45985 806	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Limpieza
<b>6</b>	Avalos Ibañez Jenny Esther	Av. Dos de Mayo 630 - Bs As. Sur	18186 529	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero-Operador de Limpieza
<b>7</b>	Ascon Serrano Cesar Ricardo	Jr. Trujillo # 457 - Buenos Aires Norte	17908 591	Obrero - D.L. 728 Estables	01/1 0/19 93	0	Obrero-Chofer
<b>8</b>	Barrantes Miranda Walter Orlando	Jr. España # 831 - Buenos Aires Sur	56440 58	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero-Chofer
<b>9</b>	Caceres Riera Victor Manuel	Calle Pedro Herrera # 925 - El Progreso	18042 383	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero-Chofer
<b>10</b>	Calderon Flores Manuel Jesus	Calle Manco Capac # 201 - Vista Alegre	18981 542	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Limpieza
<b>11</b>	Calderon Rengifo Juan Manuel	CALLE HERMANO S PINZON 868 URBANIZACIÓN BUENOS AIRES SUR	18039 613	Obrero Reincorporado DL 728	01/0 4/20 05	0	Obrero-Operador de Limpieza
<b>12</b>	Calderon Tito Paulina	Av. Bolivia # 649 -	18039 319	Obrero - D.L. 728 Estables	01/1 2/19 88	0	Obrero-Operador

		Buenos Aires Sur					de Limpieza
<b>13</b>	Camacho Terrones Jose Cristobal	Calle Manco Capac. N° 562 - Vista Alegre	17977283	Obrero - D.L. 728	02/09/2013	0	Obrero-Chofer
<b>14</b>	Carbajal Jimenez Santos Edgar	JIRÓN Garcilazo de la Vega 341 PUEBLO JOVEN Vista Alegre	18158747	Obrero - D.L. 728	02/01/2009	0	Obrero-Operador de Limpieza
<b>15</b>	Casanova Alcantara Segundo Pelayo	Jr. Iquitos # 391 - Buenos Aires Sur	07163044	Obrero - D.L. 728 Estables	01/12/1988	0	Obrero-Operador de Limpieza
<b>16</b>	Castillo Cisneros Leoncio Gumercindo	Calle Pedro Ruiz Gallo # 342 Buenos Aires Norte	18193918	Obrero - D.L. 728 Estables	01/12/1988	0	Obrero-Operador de Limpieza
<b>17</b>	Castillo Ramos Juan Evangelista	JIRÓN TRUJILLO 793 BUENOS AIRES NORTE	18033200	Obrero - D.L. 728 Estables	19/10/1974	0	Obrero-Operador de Limpieza
<b>18</b>	Chamaya Lumba Guillermo	Calle Ayacucho # 241 - Vista Alegre	46448198	Obrero - D.L. 728	02/01/2009	0	Trabaj. en Servicios-Oper.Limp
<b>19</b>	Chamorro Acosta Magna	Sector San Antonio Las Palmera S/N San Andres V Etapa	18066618	Obrero - D.L. 728 Estables	01/12/1988	0	Obrero-Operador de Limpieza
<b>20</b>	Chavez Coronel Cesar Augusto	Jr. Callao N° 675 - Buenos Aires Sur	45487130	Obrero - D.L. 728	02/01/2009	0	Trabaj. en Servicios-Oper.Limp
<b>21</b>	Cornejo Dextre Guadalupe Maria	CALLE SANTA ROSA 512 Buenos Aires Sur	18065218	Obrero - D.L. 728	02/01/2009	0	Obrero-Operador de Limpieza
<b>22</b>	Correa Cerna Jhonny Alberto	Los Lirios Mz. T3 Lte. 22 - Urb. San Andrés V Etapa	18189695	Obrero - D.L. 728	02/01/2009	0	Obrero-Operador de Limpieza
<b>23</b>	Cruz Collqui Guadalupe Santos	AA.HH Armando Villanueva del Campo -	18041058	Obrero - D.L. 728	02/01/2009	0	Obrero-Operador de Limpieza

		Mz. C Lte. 26					
2 4	Culqui Peña Luis Alberto	Antonio Mattey # 667	18066 947	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
2 5	Del Castillo Abanto Eedita	Calle Las Palmeras Mz. 03 Lte. 01 - Los Rosales de San Luis	27060 491	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Limpieza
2 6	Deza Alegria Manuel Alberto	Jr. Callao # 397 - Buenos Aires	18040 848	Obrero - D.L. 728 Estables	01/0 1/19 91	0	Obrero- Operador de Limpieza
2 7	Deza Melendez Carlos Alberto	Calle Hermanos Pinzón # 481 - Buenos Aires Sur	45283 518	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
2 8	Dioses Lopez Carmen Yuliana	Calle Tacna # 393- AAHH Buenos Aires Sector Balneario Barrio 2	40408 006	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Limpieza
2 9	Edquen Verastegui Julio Cesar	Calle Mariscal Nieto Nieto Mz. 10 Lte. 23 - Buenos Aire Sur	80153 809	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
3 0	Encomenderos Soto Serapio	Los Cedros # 382 - Huamán	17854 988	Obrero - D.L. 728 Estables	01/1 2/19 88	0	Obrero- Operador de Limpieza
3 1	Espiritu Guerra Edith	Manuel Seoane 980 Vista Alegre	18153 053	Obrero - D.L. 728	01/0 2/20 15	0	Sin Cargo Ocupacion al
3 2	Fernandez Alcantara Eduardo Fernando	CALLE Iquitos 391 PUEBLO JOVEN Buenos Aires Sur	41547 150	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
3 3	Flores Ruiz Jose	AA.HH ARMANDO VILLANUE VA MZ D LT. 10 - BUENOS AIRES SUR	19522 083	Obrero Reincorporado DL 728	01/0 4/20 05	0	Obrero- Operador de Limpieza

3 4	Gabriel Victorio Fredy Rollan	ASEN.H. MARTIN ARIAS CERNA MZ. A LT1- BUENOS AIRES	32534 158	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
3 5	Gamboa Briceño Cristofer Lorenzo	Mz. 3 Lte. 11 - Antenor Orrego - Buenos Aires Sur	46527 762	Obrero - D.L. 728	05/0 9/20 14	0	Trabaj. en Servicios- Oper.Limp
3 6	Garcia Andrade Victor Jenrry	Calle Santa Rosa N°524 - Buenos Aires Sur	40002 524	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
3 7	Garcia Costilla Jorge Luis	Calle Antonio Mathey 388 - Buenos Aires Centro	80384 535	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
3 8	Garcia De Risco Maria Esperanza	Manuel Seoane 784 - B Sector Tupac Amaru - Vista Alegre	18036 885	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
3 9	Garro Marin Ernesto Dubriel	Jr. Trujillo # 747 - Buenos Aires	18153 649	Obrero Reincorporado DL 728	01/0 4/20 05	0	Obrero- Operador de Limpieza
4 0	Guevara Mendez Agustin Gerardo	Sector Los Girasoles - Cortijo Bajo Mz. B Lte. 24	19675 558	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
4 1	Guzman Quispe Juan Julio	Jhon F. Kennedy 176 - 178 - Vista Alegre	17973 341	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Chofer
4 2	Illanes Vda De Chavez Justa	Psje. Carlos Manuel Cox Mz. 4 Lt. 07 - BUENOS AIRES SUR	18040 042	Obrero - D.L. 728 Estables	01/0 7/20 01	0	Obrero- Operador de Limpieza
4 3	Laiza Horna Elias Gonzalo	Mza. E Lote 14 Liberación Social - Víctor Larco	18065 274	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Limpieza
4 4	Layza Castillo Maria Ysabel	BS. AS. STA ROSA 782	18205 722	Obrero - D.L. 728	15/0 3/20 12	0	Obrero- Operador de Limpieza

4 5	Leon Neira De Valverde Socorro Josefa	Augusto B. Leguía 388 Buenos Aires Norte	18036 640	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Limpieza
4 6	Leyva Ponce Jorge Alberto	Calle Andres Avelino Cáceres # 272 - Vista Alegre	17972 943	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Chofer
4 7	Lopez Arismendiz Celia Roxana	Santa Rosa # 762	41682 126	Obrero - D.L. 728	28/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Jardineria
4 8	Loyola Aguilar Eduardo	Pedro Herrera # 354 - Buenos Aires	18065 017	Obrero - D.L. 728 Estables	01/1 2/19 88	#N/A	Obrero- Operador de Limpieza
4 9	Luna Victoria Rojas Romulo Alejandro	Jr. España 582 - A Baln. Buenos Aires Sur	80016 478	Obrero - D.L. 728	01/0 2/20 15	0	Sin Cargo Ocupacion al
5 0	Mauricio Valverde Esteban Marino	JR. MARIANO MELGAR 235 VISTA ALEGRE	19705 496	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
5 1	Medina Velasquez Jose Agustin	Manuel Gonzales Prada # 320 - Buenos Aires	18193 987	Obrero - D.L. 728 Estables	01/0 1/19 91	0	Obrero- Operador de Limpieza
5 2	Medina Velasquez Segundo Felix	Cecilio Cox N° 526 - Vista Alegre	18825 021	Obrero - D.L. 728 Estables	01/1 2/19 88	0	Obrero- Chofer
5 3	Mendoza Martinez Marina	Mariscal Miller N° 100 - Buenos Aires Centro	40253 424	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Limpieza
5 4	Muñoz Reyes Santos Augusto	Estete # 551	17836 937	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
5 5	Nicacio Morales Luis Enrique	Mz D Lt. 5 Liberación Social	18165 123	Obrero - D.L. 728	01/0 8/20 15	0	Obrero- Operador de Limpieza
5 6	Paredes Cruz Eudocia Teulemia	Calle Antonio Mathey # 860 -	80155 321	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza

		Buenos Aires Sur					
57	Paredes Diaz Andres Donato	Psje. Ganoza N° 229-B Int. 4 Los Mangos - Huaman	18194 054	Obrero - D.L. 728 Estables	01/1 1/19 93	0	Obrero-Operador de Limpieza
58	Pelaez Meregildo Roberth Eduardo	Antenor Orrego Mz 2 Lote 14A Buenos Aires Sur	41036 939	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Limpieza
59	Pinchi Ushiñahua Bertha	Antonio Mathey 820 Buenos Aires Sur	01099 458	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero-Operador de Limpieza
60	Polo Sotelo Jorge Antonio	AV. Bolivia N° 726 - Buenos Aires Sur	18037 777	Obrero - D.L. 728	19/0 5/20 10	0	Obrero-Operador de Limpieza
61	Ponce Culquichicon Walter	Calle Bolivia 613 Buenos Aires Sur	17996 223	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Limpieza
62	Rodriguez Asuncion Santiago	Calle Santa Rosa # 444 - Buenos Aires	18042 113	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Limpieza
63	Rodriguez Vidal Cayetano	Calle Perricholi # 121 - Vista Alegre	18034 208	Obrero - D.L. 728 Estables	02/0 5/19 83	0	Obrero-Chofer
64	Rosas Cruz Martires	Carretera industrial 564 Int 2 - Buenos Aires Norte	19036 630	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Limpieza
65	Rubio Asuncion Rocio Del Pilar	Jr. Santa Rosa # 444 - Buenos Aires	18171 102	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Limpieza
66	Salas Panoca Maruja Isabel	Calle Perricholi # 555 - Huamán	80180 691	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Limpieza
67	Saldaña Ramirez Doris	Manuel Cox Buenos Aires Sur Mz. 20 Lte. 10	45540 279	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Limpieza
68	Salinas Chavez Miguel Angel	Jr. Callao N° 825 - Buenos Aires	18176 893	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero-Operador de Limpieza

6 9	Salinas Tafur Margarita Micaela	CALLE Miguel Grau Mz. 9 Lte. 01 - Buenos Aires Norte	80531 445	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
7 0	Sanchez Alvarez Gonzalo Nicanor	Liberacion Social Mz. K Lte. 11	18035 662	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
7 1	Sanchez Azabache Jhonatan Allison	Jr. Ayacucho 274- Vista Alegre	42175 806	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Limpieza
7 2	Sanchez Gil Marcelo Javier	Mz. O Lte. 30 - Liberacion Social	27566 287	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
7 3	Sandoval Mauricio Santos Leuterio	Mz. 11 Lt. 3 - Buenos Aires Norte	18040 935	Obrero - D.L. 728 Estables	25/1 1/19 85	0	Obrero- Operador de Limpieza
7 4	Sare Briceño Peter Claudio	Buenos Aires Sur Mz. 2 Lte. 07	45144 048	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
7 5	Sare Joaquin Severina	Mz A Lote 08 - La Victoria Buenos Aires Sur	18039 394	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
7 6	Silva Romero Efrain Mateo	Mz. M Lte. 8 - Liberación Social	17868 055	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
7 7	Terrones Roncal Luis Joel	Jr. Cahuide # 620 - La Esperanza	80466 715	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Chofer
7 8	Toribio Tirado Segundo Eleazar	Av. Huaman N°340 Int. A Vista Alegre	18080 898	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Limpieza
7 9	Torres Dominguez Rosa Consuelo	Jhon Kennedy 178 - Vista Alegre	18066 067	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Limpieza
8 0	Torres Zavaleta Eufemio	Psje Los Laureles # 160 - 162 - Los Manguitos	26934 987	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
8 1	Valeriano Diestra Roberto Carlos	Los Laureles # 114 - Vista Alegre	42043 632	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza

8 2	Venaute Meza Felicitia	LIBERACION SOCIAL MZ. O LT 30	18038 051	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
8 3	Vilca Cruz Santos Cirilo	Mz. B Lte. 06 - Los Sauces - Buenos Aires Norte	19083 935	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
8 4	Villanueva Reyes Lenir Wilman	Armando Villanueva del Campo Mz. A Lt.20	47350 704	Obrero - D.L. 728	02/0 9/20 13	0	Obrero- Operador de Jardineria
8 5	Vizcarra Rivas Oscar Oswaldo	Antonio Mathey # 590 - Buenos Aires Sur	74113 72	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza
8 6	Zavaleta Santos Jose Zacarias	Nicolas de Pierola 440 - Buenos Aires	18193 881	Obrero - D.L. 728	02/0 1/20 09	0	Obrero- Operador de Limpieza

<b>SUBGERENCIA DE SERVICIOS PÚBLICOS</b>							
#	Trabajador	Domicilio	D NI	Régimen Laboral	Fec ha Inic io	Tie mpo de servi cio	Cargo
						15/0 4/20 16	
1	Alcalde Guerra Alfredo Edgar	Mz LL' Lote 17 Dpto 201 Urb. San Isidro	18 14 41 46	Empleado Contratado	01/ 11/ 201 0	0	Apoyo a la Subgerencia de servicios Públicos
2	Gonzalez Quipuzco Rocio Del Pilar	Jirón Arequipa 358 A.H. Bs. Aires Norte	18 06 58 88	Nombrado	01/ 03/ 198 6	0	Secretaria de laSubgerencia de servicios Públicos
3	Huaman Sagastegui Demetrio Eloy	Av. Juan Pablo II Mz. G Lte. 04 - Los Rosales De San Luis	18 03 35 15	Contrato Admininist rativo de Servicios	01/ 09/ 201 2	0	Subgerente de Servicios Públicos
4	Young Toro William Alfredo	Prolong. Bolivia N° 379 Buenos Aires Norte - Victor Larco	17 91 43 18	Nombrado	02/ 01/ 200 5	0	Apoyo en el Programa de Segregación de Residuos Sólidos Domiciliarios

<b>GERENCIA DE SERVICIOS PÚBLICOS Y DESARROLLO SOCIAL</b>							
#	Trabajador	Domicilio	DNI	Régimen Laboral	Fecha Inicio	Tiempo de servicio 15/04/2016	Cargo
1	Cardenas Paredes Rosa	Calle Los Claveles 103 - 115 Urb. Santa Edelmira	17985828	Contrato Administrativo de Servicios	01/07/2008	#N/A	Secretario / Secretaria
2	monica mendoza concha	Mz. A23 Lte. 45 - Manuel Arévalo II Etapa - La Esperanza	20650048	Contrato Administrativo de Servicios	01/02/2011	#N/A	Gerente de Servicios Públicos y Desarrollo Social

## FOTOGRAFÍAS

### PARTICIPANTES DEL PROGRAMA DE SEGREGACIÓN EN LA FUENTE Y RECOLECCIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS / CHARLAS





**- PROMOTORAS DEL PROGRAMA DE SEGREGACIÓN – SUB GERENCIA DE SERVICIOS PÚBLICOS**