



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Análisis del programa de inducción social para los nuevos trabajadores de la empresa Molitalia S.A. durante el tercer trimestre del año 2016, Lima.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Katheryne Lizbeth Vega Nuñez

ASESOR:

Mg. Javier Argote Moreau

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA:

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA – PERÚ

Año 2016-II

César Augusto Smith Corrales
Presidente

Fernando Rossi
Secretario

Elenisa Uvidia

Vocal

A mis padres,
Por su apoyo y motivación,
todo lo que soy se lo debo a ellos,
y por inculcar en mi la importancia de la responsabilidad.

Agradezco al Mg. Javier Argote Moreau
por su guía y orientarme a lo largo del
proceso de investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo **Vega Nuñez, Katheryne Lizbeth**, con DNI N° **730230777**, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de **Ciencias de la Comunicación**, Escuela de **Ciencias de la Comunicación**, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Vega Nuñez, Katheryne Lizbeth

Lima, 2016

PRESENTACIÓN

Señores miembros del
Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “**Análisis del Programa de Inducción Social para los nuevos trabajadores de la empresa Molitalia S.A. durante el tercer trimestre del año 2016, Lima.**”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de **Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Vega Nuñez, Katheryne Lizbeth

ÍNDICE

CARÁTULA	
Página de Jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de Autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	11
II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	34
2.1. Aproximación temática.....	34
2.2. Formulación del problema de investigación.....	35
2.3 Justificación.....	36
2.4 Relevancia.....	36
2.5 Contribución.....	37
2.6 Objetivos.....	37
2.6.1 Objetivo general.....	37
2.6.2 Objetivos específicos.....	37
2.7 Supuesto.....	38
2.7.1 Supuesto general.....	38
2.7.2 Supuestos Específicos.....	38
III. MARCO METODOLÓGICO.....	39
3.1. Metodología.....	39
3.1.1 Tipo de estudio.....	39
3.1.2 Nivel de Investigación.....	39
3.1.3 Diseño.....	39

3.2. Escenario de estudio.....	40
3.3. Caracterización del sujetos.....	40
3.4. Trayectoria metodológica.....	41
3.5. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	41
3.6. Aspectos Éticos.....	44
IV. RESULTADOS.....	45
4.1 Descripción de Resultados.....	45
V. DISCUSIÓN.....	95
5.1 Aproximación al objeto de estudio.....	72
VI. CONCLUSIONES.....	98
VII. RECOMENDACIONES.....	100
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	101
ANEXOS.....	105

RESUMEN

En la presente investigación se planteó el siguiente problema ¿Cómo se desarrolla el programa de inducción social para los nuevos trabajadores de la empresa Molitalia S.A. durante el tercer trimestre del año 2016, Lima?, asimismo se determinó el siguiente objetivo, analizar la presentación del programa de Inducción Social para los nuevos trabajadores de la empresa Molitalia S.A. durante el tercer trimestre del año 2016, Lima, se utilizó la técnica de la observación y el instrumento de las fichas de observación con un factor de validación de 100%. Llegando a la siguiente conclusión, el programa de inducción respecto al lado social, se presenta de manera correcta, respecto a la información que se quiere brindar; pero sin éxito cuando se trata de socializar y fidelizar, respecto a la inducción para operarios.

Palabras Claves: inducción social, inducción, relaciones públicas, comunicación corporativa, comunicación organizacional, organizaciones, integración, cultura organizacional.

ABSTRACT

In the present investigation the following problem was raised: How is the social induction program developed for the new employees of Molitalia S.A. During the third quarter of 2016, Lima, also the following objective was determined, to analyze the presentation of the Social Induction program for the new employees of the company Molitalia S.A. During the third quarter of 2016, Lima, the technique of observation and the instrument of the observation sheets were used with a validation factor of 100%. Arriving to the following conclusion, the induction program regarding the social side, is presented in a correct way, regarding the information that is wanted to provide. But without success when it comes to socializing and loyalty, regarding induction for operators.

Keywords: social induction, induction, public relations, corporate communication, organizational communication, organizations, integration, organizational culture.