



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

“Eficacia de las funciones de la Comunicación Interna de la oficina de Imagen  
Institucional en la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II, 2018 “

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

**AUTOR:**

Víctor Cristhian Medina Chuica

**ASESOR:**

Mgtr. SMITH CORRALES CÉSAR

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD COMTEMPORANEA**

Lima-Perú

2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña)  
*Medina Chuica Victor Cristhian*  
 cuyo título es: "*Eficiencia de los funcionarios de la*  
*Comunicación externa de la Chave de*  
*Transecto Institucional en la Municipalidad de*  
*Puerto Viejo, semestre II, 2018.*"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas  
 por el estudiante, otorgándole el calificativo de: *11* (número)  
*B.N.C.* (letras).

Lima, *14* de diciembre de 2018.



*[Signature]*

PRESIDENTE

*[Signature]*

SECRETARIO

*[Signature]*

VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

### **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado en especial a mi hijo Milan Gael, esposa Katterin, padres Victor y Cristina y hermana Joselhin quienes me brindan a diario su apoyo incondicional y fuerzas necesarias para seguir adelante con mis proyectos, así mismo agradezco a Dios quien siempre me guía en el camino, por ultimo a mis abuelos Ramón y Sabina, quienes protegen desde pequeño.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primero a Dios, por darme las fuerzas necesarias para poder concluir uno de mis tantos logros profesionales que tengo como meta, por guiarme y protegerme a diario. Agradezco a mi familia en especial a mis padres y esposa por su apoyo incondicional en todos los aspectos.

Gracias a los docentes por todo el apoyo brindado quienes a pesar de las dificultades que se presentaron en el camino, supieron guiarme y brindarme su total apoyo.

Agradezco también a mis compañeros de clases que me apoyaron y guiaron en el avance de mi trabajo de investigación.

## **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD**

Yo, Victor Cristhian Medina Chuica con D.N.I: 75663556, 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, declaro bajo juramento que toda documentación que acompaño es verás y auténtica. Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presentan 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.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Victor Cristhian', is written over a horizontal line.

**Victor Cristhian Junior Medina Chuica**

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del jurado: En cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada “EFICACIA DE LAS FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA OFICINA DE IMAGEN INSTITUCIONAL EN LA MUNICIPALIDAD DE PUENTE PIEDRA, SEMESTRE II, 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación

# ÍNDICE

Página del jurado	II
Dedicatoria	III
Agradecimiento	IV
Declaratoria de autenticidad	V
Presentación	VI
Resumen	9
Abstract	10
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>11</b>
1.1 Realidad Problemática	11
1.2 Fundamentación científica	12
1.4 Formulación del problema	24
1.4.1 Problema General	24
1.4.2 Problemas Específicos	24
1.5 Justificación del estudio	25
1.6 Hipótesis	12
1.6.2 Hipótesis General	12
1.7 Objetivos	12
1.7.1 Objetivos General	12
1.7.2 Objetivos Específicos	12
<b>II. MARCO METODOLOGICO</b>	<b>27</b>
2.1 Diseño	27
2.2 Variables	28
2.2.1 Variable	28
2.3 Población y Muestra	30
2.3.1 Población	30
2.3.2 Muestra	30

2.3.3 Unidad de Análisis	30
2.4 Técnica e instrumento de recolección de datos	31
2.4.1 Técnica: Encuesta	31
2.4.2 Instrumento: Cuestionario	31
2.4.3 Validación	31
2.4.4 Confiabilidad	32
2.5 Métodos de Análisis de datos	33
2.6 Aspectos éticos	33
<b>III. RESULTADOS</b>	34
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	49
<b>V. CONCLUSIONES</b>	52
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	54
<b>VII. REFERENCIAS</b>	55
<b>ANEXOS</b>	



## **RESUMEN**

La presente investigación fue realizada para encontrar la eficacia de las funciones de la Comunicación Interna de la oficina de Imagen Institucional en la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II, 2018. El estudio realizado tiene un enfoque cuantitativo-descriptivo, de tipo no experimental y comprende un diseño simple. Para llevar a cabo la investigación se contó con una muestra de 216 trabajadores de una población de 488 trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra. Se ejecutó la técnica de la encuesta, conformada por 18 preguntas respectivamente con alternativas de escala de Likert. Los datos recopilados a través de las encuestas pasarán a través de un análisis estadístico, donde se utilizará el software IBM SPSS Statics 22.0.

**Palabras Claves:** Comunicación Interna, Imagen Institucional.

## **ABSTRACT**

The present investigation was carried out to find the effectiveness of the Internal Communication functions of the Institutional Image office in the Municipality of Puente Piedra, semester II, 2018. The study carried out has a quantitative-descriptive approach, of a non-experimental type and includes a simple design To carry out the research, a sample of 216 workers from a population of 488 workers from the Municipality of Puente Piedra was counted. The survey technique was executed, consisting of 18 questions respectively with alternatives of Likert scale. The data collected through the surveys will go through a statistical analysis, where IBM SPSS Statics 22.0 software will be used.

**Key Words:** Internal Communication, Institutional Image.

# **I. INTRODUCCIÓN**

## **1.1 Realidad problemática**

En el presente trabajo de investigación se determina que la comunicación se constituye como un elemento primordial para una organización, empresa e institución, las cuales se han desarrollado con mayor énfasis, ya que con ella se puede llegar a un mejor entorno empresarial.

En el Perú, actualmente las áreas de Imagen Institucional de las Municipalidades cobran mucha importancia. Esto beneficia mucho a las Municipalidades por ejemplo, ya que se puede manejar una buena comunicación interna entorno a sus trabajadores y esto conlleva a restablecer el clima laboral llevando a cabo unos mejores resultados como empresa y Municipalidad.

Entonces se podría decir que la comunicación interna es el vínculo dirigido al colaborador. Esto yace como sustento a las nuevas exigencias de las asociaciones para estimular a su equipo humano y guardar la eficacia de los destacados en un contexto empresarial que contribuya con el desempeño cada vez más recurrente.

En tanto, la comunicación nos permite la unión entre los integrantes de la organización. En las municipalidades es uno de los elementos primordiales para obtener un verdadero trabajo en equipo con la ayuda de las diversas áreas que se encuentran, todas ellas con un solo fin y objetivo en común.

Por tal razón el presente trabajo se concentrará en los servicios de la Comunicación Interna tomando como partida la Institución Municipal Distrital d Puente Piedra en el año 2018, semestre II. Ya que durante este tiempo los trabajadores de los diversos sectores de la Municipalidad han estado insatisfechos con el trabajo que lleva haciendo el área de Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Puente Piedra.

## **1.2 Trabajos previos**

### **Internacional**

Ramos (2015), en su tesis la cual lleva por título “*La Comunicación Interna y su Incidencia en la Productividad de la Cooperativa de Ahorro, Crédito y Vivienda la Merced Ltda. en la Ciudad de Ambato*” de la Universidad Técnica de Ambato. Ejerce una indagación con el fin de conocer de qué manera interviene la comunicación interna en la productividad de la Cooperativa de Ahorro, Crédito y Vivienda la Merced Ltda. en la ciudad de Ambato, el autor concluye que la insuficiencia de un régimen de comunicación interna origina un sector laboral deficiente, dificultando un progreso organizacional.

Macías, Ponce, Escobedo, Berumen y Cuevas (2013). en su ensayo científico designado “*Exploración en la comunicación interna como efecto competitivo*” de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. El objetivo primordial fue determinar la comunicación interna como agente dentro de una compañía, dando como reseña la comunicación entre los colaboradores en torno a su desempeño laboral. De esta manera, se deduce que complementar adecuadamente la comunicación interna permite que las asociaciones sean autosuficientes y puedan posicionarse en el mercado.

### **Nacionales**

La investigación titulada “*Comunicación Interna y la Cultura Organizacional de la I.E. Simón Bolívar N° 2029 San Martín de Porres 2013*”. La finalidad principal de la indagación fue concretar el nexo entre la comunicación y cultura organizacional de la I. E. Simón Bolívar N°2029 – San Martín de Porres durante el periodo electivo 2013. La investigación fue empleada dentro del paradigma más específico de enfoque cuantitativo, con el modelo de investigación “Básica, Descriptiva – Correlacional, Diseño No Experimental de Corte Transversal, Método Deductivo – Inductivo”. La muestra no probabilística, estuvo constituida por 120 docentes de la I. E. Simón Bolívar N°2029 – San Martín de Porres. El instrumento utilizado para la primera variable y segunda fue validado por la junta de expertos de la Universidad César Vallejo.

En la investigación se planteó siete hipótesis de las cuales se confirman por medio de la contratación de hipótesis, demostrándose que existe una adecuada correlación entre

Comunicación interna y Cultura organizacional. Teniendo como conclusiones que las magnitudes de Comunicación Interna se tornan positivamente con la Cultura organizacional de la I. E. Simón Bolívar N° 2029 – San Martín de Porres 2013.

La tesis designada “*Comunicación Interna en la Oficina General de Gestión de Recursos Humanos del Ministerio de Agricultura y Riego – 2015*” por Aura Elisa Quiñones compara la comunicación interna en los colaboradores de la Oficina General de Gestión de Recursos Humanos del Ministerio de Agricultura y Riego - 2015. Sostiene como cuestión principal ¿En qué difiere la comunicación interna de los colaboradores profesionales y técnicos en la Oficina General de Gestión de Recursos Humanos del Ministerio de Agricultura y Riego - 2015?

El prototipo de indagación es “No experimental, Diseño Descriptivo – Comparativo”. La población cuenta con 139 colaboradores, divididos en 52 profesionales y 87 técnicos. Se consideró un cuestionario para determinar la comunicación interna de (Catacora y Huaira. 2013). Tomaron “El Estadístico Paramétrico T de Student como El Estadístico No Paramétrico U de Mann Whitney”, analizando los promedios de comunicación interna se aprecia las evaluaciones verificadas en el cuerpo de capacitados (26,18) y técnicos (25,45), acatando una gran media en el sector de obreros. No obstante, al tomar la prueba “U” de Mann Whitney, se plantea que estas disimilitudes no son significativas ( $p > ,05$ ). Finalmente, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la alterna. Debido a que no se encuentran disimilitudes entre la apreciación de comunicación interna de los colaboradores profesionales y técnicos en la Oficina General de Gestión de Recursos Humanos del Ministerio de Agricultura y Riego - 2015.

### **1.3 Teorías relacionadas**

#### **Teoría de Sistemas:**

Surge a con el alemán Ludwing Von Bertalonnfy, el cual público un trabajo entre 1950 y 1968.

La teoría general de sistemas nos indica que el sistema ejerce las características individuales de los integrantes que afecta a todo el entorno laboral y en ocasiones al mismo (Ludwing, 1999, p.109).

La Teoría General de Sistemas se elabora en la década de los años 1950 del siglo remoto, comienza en las Ciencias Prolongadas (Biología), tomando las Ciencias Sociales y Administrativas (Berecelu, 2001, p.86).

Otra de las características de la teoría es que comparten objetivos comunes, mantienen un constante intercambio de información.

Toda la parte del entorno se afecta entre sí, por lo tanto el sistema en general demuestra que en el caso de ocurrir algún incidente, dicha acción o inconveniente se verá evidenciada en la institución (Zapata, 2016, p.78).

Un conjunto de aportaciones interdisciplinarios tiene como objetivo investigar las características que involucran los sistemas y entidades organizadas por componentes interrelacionados e interdependientes (Figueroa, 2016, p.18).

En dicha teoría, una organización es tomada como sistema que conforma pequeñas partes nombradas subsistemas interrelacionadas con las agencias de la institución (subsistema), afectando la compañía (sistema).

Los sistemas existen para cumplir un propósito común que de cierta forma contribuye al mantenimiento del sistema, evitando los errores de dicha entidad (Costa, 2003, p.79).

Una organización es un conjunto de subsistemas interactuantes e interdependientes que se complementan formando un todo unitario y complejo (Gonzales, 2014, p.95).

Huse y Bowditch (1980). Mencionan al Sistema como “Una sucesión de elementos interdependientes que se entrelazan, de forma que el vínculo es recíproco”. (House y Bowditch, p.47) desde otro punto, también se define las particularidades que muestran a la institución como una estructura multifuncional:

1.- Una institución se complementa de derivados subsistemas, que a su vez son interdependientes y se relacionan eficazmente.

2.- Una institución es compleja y activa tanto como de entradas y salidas, tomando la transformación, retroalimentación y ciertos parámetros.

3.- Una institución se empeña en conseguir el balance debido a la retroalimentación eficiente como negativa.

4.- Una institución tiene diversas finalidades y puntos, de cierta forma siguen en pie. El promotor requiere lo necesario para que se halle un balance entre cada subsistema.

Toda institución fomenta su propia cultura, costumbres, tabúes. De esta manera, la cultura refleja las normas y valores del sistema (Fernández, 2009, p.37).

Dado que la teoría brotó de la crítica constructiva de un especialista en biología, con los años se dirigió a diversos sectores de estudio, como la cibernética e información.

El sociólogo Alemán Niklas Luhmann (1927–1998). Es uno de los causantes en tomar y aplicar la función en el sector de ciencias sociales.

La teoría de sistemas demuestra que los atributos de estas mismas no pueden diferir sus componentes, ya que la aceptación de un sector se torna entrelazando las interdependencias de sus peculiaridades (Soler, 2008, p.56).

Los más relevantes de esta corriente fueron E. Trist, Daniel Katz y Robert L. Kahn, al sustentar que la finalidad consta en obtener la eficiencia a través del sector armónico de la comunicación (Otero, 2011, p.29).

Nosnik afirma (2000) que determinar el sistema de comunicación organizacional, deduce que la comunicación es un medio primordial que necesita la eficacia de la compañía institucional para adaptarse a los progresos de manera exitosa (p.63).

Tomando aportaciones eficaces en esta perspectiva, deducimos que el ideal de comunicación no se torna como elemento del sistema institucional (Nosnik, 2000, p.45).

Finalmente, las compañías son sistemas que se tornan tanto abiertas como cerradas. Asimismo, están formadas por diferentes peculiaridades designados subsistemas que se entrelazan.

### **1.3.1 Comunicación Interna**

La comunicación interna como agrupación de actividades discernidas por alguna institución, innova y establece gratas correlaciones dentro del margen, tomando el uso de diversos medios de comunicación que fomente la motivación, información e integración en cada integrante, con la finalidad de aportar al progreso de las funciones organizacionales (Guzmán, 2009, p.105).

Por otro lado, Edel, García y Casiano nos dicen que la comunicación interna como prioridad en una compañía fomenta la colaboración, incorporación y tolerancia, siendo parte de la organización, fortaleciéndolas y creando un mejor ambiente laboral (2007, pág.43).

De igual modo, para Felipe Nieves nos indica que se presenta como "Un conjunto de acciones comunicativas tomadas por cualquier institución con el propósito de fomentar y guardar vínculos entre sus miembros desde el uso de diferentes medios de comunicación con la intención de informarlos, integrarlos y motivarlos para colaborar en la labor de los objetivos organizacionales"(Nieves, F.2006, p.89).

Asimismo, especular sobre la comunicación se ve muy común. En la actualidad, se dice que las relaciones interpersonales decaen porque los sujetos no consiguen comunicarse, siendo así un aspecto primordial de charlas, pláticas, conferencias, debates, artículos, libros y muestras (Almenara, 2005, p.49).

En consecuencia, Goldhaber, 1979 (como se citó por Almenara, J, Romeo, M y Roca, X, 2005, p.50) lo indica como un proceso activo por medio del cual las organizaciones organizan sus diferentes subsistemas y se relacionan con el medio ambiente.

Para este autor, la comunicación interna no solo se prioriza en la emisión de mensajes (símbolos verbales y no verbales) sobre información funcional de la empresa, sino que tiene que enfocarse en las relaciones de la organización para que se integren entre ellos y se motiven.

Se podría manifestar que la comunicación e información como amparo de la institución no es novedosa, siendo una conducta como fundamento de management que ejerce la inmensa complejidad de la propia organización.

La comunicación interna es apropiada como innovación y soporte de ciertos lazos entre los integrantes ejecutando distintos medios que los mantiene actualizados en la información. Como también integrados para aportar un sustento como objetivo primordial (Andrade, 2005, p.17).

De lo expuesto por el autor se podría concluir acerca de la comunicación interna que es una agrupación de ocupaciones las cuales están direccionadas a los trabajadores dentro de la organización cuyo objetivo es trabajar en conjunto y cumplir con las metas organizacionales que se traza.



### **1.3.2 Imagen**

La imagen de una institución es la fuente de su afinidad como organización. El discernimiento como la aprobación de su entorno es de debida consideración para edificar una imagen requerida. Como también, de cierta forma tiene un control limitado con el fin de emplear variedades de conjeturas que dicha compañía ejerce. Concretándose como interrelación en el ideal de la sociedad emitido por una institución en su vínculo habitual (Villafañe, 2013, p.89).

La imagen se precisa como la exhibición o remembranza intelectual que toman los entes, siendo creadas por ciertas cualidades de la institución, estas afinidades pueden variar como también toman el ideal para dicho sujeto (Sánchez, 2014, p.78).

La imagen promulga y distingue una compañía, siendo el factor que toman las entidades públicas de una institución, compañía u organización. Es considerada como un objetivo primordial de la organización, ya que establece una conexión atractiva para el usuario, ocasionando una disposición en los entes, individuos, etc. El cual genera dicho lema y viabilidad de negocios (Limón, 2008, p.35).

### **1.3.3 Imagen Institucional:**

Se considera que la descripción de imagen citada por Hernández Mogollón, 1992 indica que:

La etimología en la palabra “Imagen” en relación al latín “Imago” y griego “Eikon”, nos indica que “Demuestra un prototipo excepcional o auténtico”. Basándose en “La función, símbolo y aspecto de un sujeto o algún objeto determinado” (Diccionario de la Real Lengua Española. p.42).

Cada compañía lleva una conjetura que fomenta una entidad concretada en los miembros. Se considera como imagen organizacional de las empresas. Ya que como institución complementa a todas, puesto que es una distracción u operación de las instituciones que implementan la realización (Ricardi, 2016, p.52).

### **1.3.4 Objetivos de la Comunicación Interna.**

Como objetivo de la comunicación interna es que cada miembro de la compañía se comprometa y sepan a dónde dirigirse (Rodríguez, 2010, p.76).

Los objetivos de la Comunicación Interna son diversos sin embargo, cada empresa tiene un objetivo en especial y esto se desarrollará de la manera en la que el área encargada lo resuelva. La comunicación interna va dirigida para el público interno de una empresa ya sea privada o pública. (Montes, 2015, p.85)

Como objetivo primordial, busca concretar un grupo de procedimientos de emisión e investigación que permite emplear las funciones de la institución como de los colaboradores.

Esto propone lo siguiente:

- El progreso y sustento de las relaciones interpersonales.
- Las determinaciones que emprenden los integrantes de la institución conforme a sus necesidades.
- La disposición, incremento y conformidad de la compañía para el emprendimiento de las aptitudes en sus colaboradores.

### **1.3.5 Beneficios de la Comunicación Interna.**

La comunicación interna ejerce un aspecto protagónico en la táctica de las instituciones. Conmocióna eficientemente sobre la gestión cotidiana como en los resultados finales de la organización (Ludwing, 2014, p.45).

Reduce las dificultades y prospera el clima laboral. Es contundente para mejorar los procedimientos internos, puesto que adquiere las propias necesidades de la institución e infiere para conseguir los propósitos de la misma (Esan, 2015, p.28).

Influye de forma objetiva y evidente en la gestión del día a día, como en las conclusiones finales de la compañía, reduce la dificultad y reestablece el clima laboral. De

esta manera, permite que los colaboradores se sientan más involucrados en su labor. (Montiel, 2017, p.19)

Entonces se podría expresar que la comunicación interna:

- ✓ Ayuda a la expansión de la identidad corporativa entre los trabajadores.
- ✓ Fomenta la tranquilidad y un clima interno positivo, dando así buenos resultados entre jefes y trabajadores.
- ✓ Accede al intercambio de información y debates acerca de los objetivos que tiene la organización.
- ✓ Comunica a los trabajadores tanto en grupo como de manera individual de las acciones que la empresa realiza y de los objetivos que deben cumplir.

### **1.3.6 Gestión de la Comunicación Interna.**

Administrar la comunicación suscita en concretar un conjunto de procedimientos y estrategias de los cuales se despliega una diversidad de requerimientos de comunicación para aportar en la labor de las instituciones. (Cirigliano, 2015, p.96)

La actividad premeditada con objetivos establecidos parte de concepciones notorias desde el punto de vista teórico, dando como resultado una grata experiencia, planificando y ejecutando acciones comunicativas integradas en planes y estrategias. (Saladrigas, 2016, p.55)

Como Gestión de la Comunicación Interna se facilita la maniobra de todo el mecanismo comunicacional destinado al personal con el objetivo de:

- Impulsar la comunicación en los colaboradores.
- Favorecer la incorporación entre los personales y sus instituciones.
- Contribuir a la fomentación de espacios como comunicación, consideración e intervención.

Un conjunto de acciones comunicativas elaboradas por cualquier institución para la creación y mantenimiento de relaciones eficaces con sus miembros a través del uso de

diversos medios de comunicación con la función de informarlos, integrarlos y motivarlos para conseguir el empeño dado como objetivo organizacional. (Nieves, 2006, p.56)

### **1.3.7 Funciones de Comunicación Interna**

Dentro de la comunicación Interna podemos desempeñar diversas funciones integradoras, colaborativas, preventivas y evaluadoras. Todo ello obedece las características de la empresa y del presupuesto que manejen como del personal con el que cuentan.

Para Freijeiro (2006) "La comunicación interna tiene tres objetivos primordiales: anunciar, integrar y motivar" (p.39).

Por su lado Gerald Mauricio Goldhaber, 1979 (citado por Almenara, J. Romeo, M. y Roca, X. 2005 p.50) destaca tres principales principios fundamentales en la comunicación interna son: la función informativa: los diversos mensajes que son emitidos dentro de la organización y que esto tiene que llegar con éxito a su destino. Función integradora: Actividades que integren a lo diversos grupos de trabajo que pueda haber. Función de motivación: sentimientos, relaciones y habilidades de personas.

Asimismo, las funciones de la comunicación dentro de una organización o grupo de trabajo es sumamente importante, pues si se genera una comunicación bilateral que sea comprendida entre toda la gente dentro de la organización esto conlleva una comunicación productiva. La expresión emocional se representa dentro del centro laboral como una interacción de unos a otros que pueden ser fracasos o satisfacciones.

### **Dimensión 1: Función Integradora**

Las comunicaciones internas en una institución fomentan la participación, la integración y la convivencia que cobra sentido en el ejercicio de funciones y reconocimiento de las capacidades colectivas como individuales. (Edel, García y Casiano, 2007, p.43)

### **Dimensión 2: Función Informativa**

Según Almenara, J. Romeo, M y Roca X (2005 p. 65) la función más importante de la comunicación organizacional son: La función informativa, esta función consiste en transmitir todos los mensajes posibles sobre la empresa relacionada a las funciones del personal, políticas de la empresa, objetiva, misión, visión, etc.

Informar dentro de la comunicación interna es relevante pues, la información ayudara a tomar las decisiones para estructurar un medio que permita tener a todos los miembros informarse para que se fomente una comunicación fluida, viable entre los jefes y los trabajadores. No obstante, la motivación y la integración también cumple con un valor agregado dentro de la organización. (Freijeiro, 2006, p.39)

Por otro lado, la información dentro de la comunicación se denomina como un facilitador en la toma de decisiones pues, evalúa y ello permite analizar las diferentes opciones de acuerdo a la información emitida. (Amorós, 2007, p.133)

### **Dimensión 3: Función Motivadora**

De acuerdo Amorós (2007, p.130). el desempeño de la comunicación dentro de un conjunto organizacional controla el comportamiento individual, tomando en consideración esta premisa como jerarquía de una organización considerada como guía de los cuales cada trabajador debe regirse. En esta función se juega aspectos emocionales por el cual es de suma importancia plantear mecanismos que optimicen el rendimiento laboral. Asimismo, se debe proyectar una retroalimentación tomando el éxito y reforzamiento del comportamiento requerido e incitar la motivación.

### **Indicador 1: Organización de Eventos**

La compañía de eventos establece un lugar excepcional en función a otras técnicas. Basándose en una finalidad bidireccional, ya que como institución quiere llamar la atención de su entidad geográfica para darse a conocer acerca de un aspecto en concreto. (Xifra, 2007, p.178)

Y es así pues que la organización de eventos es una de las estrategias más importantes que se usan en las empresas para finalizar un contrato u hacer un reconocimiento al personal por una fecha importante, lo cual hace ver satisfecho al empleador.

La organización de eventos ha recorrido un largo camino y ha demostrado una efectividad creciente como una de las herramientas más poderosas y efectivas con las que cuenta la disciplina de Relaciones Públicas. (Otero, 2011, p.23)

### **Indicador 2: Comunicación Interpersonal**

Es la comunicación emitida por personas, destinada a los clientes durante la prestación del servicio. La realiza el personal y los propios clientes.

Para Varo, (2007) "... el medio de comunicación más potente de las empresas de servicio. Su propósito es ayudar, informarle. La acogida al usuario son el primer trato que este recibe, y su importancia en la percepción de la calidad del centro es muy grande" (p.481).

### **Indicador 3: Herramientas Comunicativas**

Son una serie de herramientas que ayuda en el mejoramiento y funcionamiento de las empresas, por otro lado estas herramientas son cada vez más las instituciones públicas están implantando estas herramientas con el fin de conseguir una mejora notable en sus servicios.

Se podría decir que en la Municipalidad de Puente Piedra se usa mayormente:

Circulares: Son notas que se publican de modo urgente y que se utilizan para transmitir un mensaje de última hora.

Manual del empleado: Aporta a la persona que acaba de entrar a formar parte del equipo información relevante sobre la organización: horarios, convenios, organigrama, descripción de las áreas.

Eventos internos: Suelen ser celebraciones que se producen con algún motivo festivo (Cena de Navidad, etc.). Con estos eventos se pretende mejorar la comunicación y las relaciones entre las personas que componen la organización.

#### **Indicador 4: Comunicación Institucional**

Es aquella que se dedica a crear, promover y mantener la imagen de la empresa o institución, así como de establecer relaciones amistosas y de cooperación entre la organización y sus públicos internos, externos. (Rebeil, 2005, p.168)

En otras palabras, la comunicación institucional es aquella que se realiza de modo organizado por una institución y va dirigida a las personas y grupos del entorno social donde se realiza su actividad.

#### **Indicador 5: Comunicación Intrapersonal**

Rodrigo (2010). nos comenta que "hay que recordar que la comunicación intrapersonal se refiere al procesamiento humano de la información por parte del individuo, es decir cómo se capta la información y como se procesa para dotarla de sentido" (p.52).

Y es que la comunicación intrapersonal dentro de una empresa nos refleja si un trabajador realmente se siente a gusto con el ambiente laboral y con ello si el área de Imagen Institucional realmente realiza el trabajo de crear ese buen ambiente laboral.

#### **Indicador 6: Estrategias de motivación**

Las empresas hoy en día realizan una serie de estrategias para mantener motivado al trabajador y así realizar los objetivos que se propone con empresa.

Jiménez (2013). nos recuerda que "pueden existir cientos de condiciones que motiven a que el desempeño en el trabajo sea muy elevado, algunas de estas puede ser: altos incentivos muy bien planificados, capacitaciones gratuitas entre otras" (p.18).

## **1.4 Formulación del problema**

¿Se desarrolla de manera eficaz las funciones de la Comunicación Interna desde la oficina de Imagen Institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II, 2018?

### **1.4.1 Problemas Específicos**

- ¿Son eficaces las funciones integradoras de la Comunicación interna que utiliza la oficina de Imagen Institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II 2018?

- ¿Son eficaces las funciones informativas de la Comunicación interna que utiliza la oficina de Imagen Institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II 2018?

- ¿Son eficaces las funciones motivadoras de la Comunicación interna que utiliza la oficina de Imagen Institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II 2018?

## **1.5 Justificación del estudio**

El propósito de la presente investigación es analizar el desarrollo de las funciones de Comunicación Interna desde la oficina de Imagen Institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra en el año 2018 ya que permite conocer si las funciones de Comunicación Interna tienen o no la efectividad que se necesita para tener una buena comunicación interna dentro de la institución y los trabajadores de dicha entidad y así poder llegar a los objetivos trazados.

En este caso se podrá ver cómo se desarrolla la variable Comunicación Interna, expuesta en esta investigación la cual busca información poca conocida buscando la veracidad y descubrir resultados verdaderos para más adelante definir la adecuada solución para el problema que se está investigando.



También los resultados recaudados serán de mucha utilidad para el área de Imagen Institucional de la Municipalidad de Puente Piedra para que así tomen las respectivas medidas o decisiones acerca del problema que los aqueja.

## **1.6 Hipótesis**

### **1.6.1 Hipótesis general**

Si son eficaces las funciones de la Comunicación Interna de la oficina de Imagen Institucional en la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II, 2018

## **1.7 Objetivos**

### **1.7.1 Objetivo General**

Determinar la eficacia de las funciones de la Comunicación Interna desde la oficina de Imagen Institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II 2018

### **1.7.2 Objetivos Específicos**

- Determinar la eficacia de las funciones integradoras de Comunicación Interna de la oficina de Imagen Institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II, 2018.
- Determinar la eficacia de las funciones informativas de Comunicación Interna de la oficina de Imagen institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II, 2018.
- Determinar la eficacia de las funciones motivadoras de Comunicación Interna de la oficina de Imagen institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II, 2018.

## II. METODO

### 2.1 Diseño de Investigación

La presente investigación se llevara a cabo con un enfoque **cuantitativo** donde se utilizara: la recolección de datos para probar una hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p.47).

Además en referencia al tipo de investigación el cual es **aplicada**, es descriptivo simple y que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.80), es decir que se obtendrá la información de forma independiente sobre la variable.

Ahora bien, el diseño metodológico es **no experimental** por lo que entendemos, la variable no será manipulada intencionalmente.

Finalmente, el diseño que se utilizara es **transversal** ya que según Hernández (2014p.68) este diseño se realiza sin manipular deliberadamente variables, por lo que se recolectara datos en un solo momento y posteriormente describirá y analizara la variable.

### 2.2 Variables

La presente investigación al ser descriptiva simple cuenta con una variable independiente. En este caso la variable Funciones de la Comunicación Interna se evaluará en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, 2018.

#### 2.2.1 Variable

Para esta investigación la variable independiente la comunicación interna, Según Andrade (2005, p.17) nos expresa que “La comunicación interna es efectuada para la creación y sostenimiento de buenos vínculos éntrelos colaboradores a través de los diferentes medios de comunicación que los mantengan siempre actualizados en la información, a la vez, integrados para aportar en la obtención de los objetivos organizacionales”.

Según Edel, García y Casiano nos dicen que la comunicación interna en una institución promueven la participación, la integración y la convivencia en el marco del clima organizacional, en donde cobra sentido el ejercicio de funciones y el reconocimiento de las capacidades individuales. (2007, p.43)

Por otro lado Para Diez Freijeiro(2006)."La comunicación interna tiene tres objetivos fundamentales: informar, integrar y motivar" (p.39).

La comunicación interna de la Municipalidad de Puente Piedra se analizara a través de tres dimensiones: Informativa, Integradora y Motivacional.

<b>Variable</b>	<b>Definición de Variable</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
<b>Variable</b>  “ Funciones de la Comunicación Interna”	Andrade (2005, p.17) La comunicación interna es efectuada para la creación y sostenimiento de buenos vínculos entre los colaboradores a través de los diferentes medios de comunicación que los mantengan siempre actualizados en la información, a la vez, integrados para aportar en la obtención de los objetivos organizacionales	La eficacia de las funciones de la comunicación interna será medida por las dimensiones integradora y preventiva aplicando como instrumento el cuestionario.	<b>Función Integradora</b>	1.Organizar eventos
				2. Comunicación Interpersonal
			<b>Función Informativa</b>	1. Herramientas Comunicativas
				2.Comunicacion Institucional
			<b>Función Motivadora</b>	1. Comunicación Intrapersonal
				2. Estrategias de motivación



## **2.4 Técnica e instrumento de recolección de datos**

### **2.4.1 Técnica: Encuestas**

Se utilizara una encuesta de elaboración propia, que tiene un cuestionario de 18 ítems que responde a 3 dimensiones de la comunicación interna las cuales son: Función Informativa (comunicación institucional, herramientas comunicativas), función integradora (comunicación interpersonal, organizar eventos) y por último la dimensión Función Motivadora (comunicación intrapersonal y estrategias de comunicación. Las preguntas se formularon 2 por cada dimensión de la comunicación interna.

### **2.4.2 Instrumento Cuestionario**

Las 12 preguntas se dividen en ítems que tienen sentido positivo como negativamente. Para el primer caso, las opciones de respuesta se evaluaron de la siguiente manera:

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE EN DESACUERDO</b>	<b>NI DE ACUERDO NI DESACUERDO</b>	<b>PARCIALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>

### **2.4.3 Validación del Instrumento**

Para que el instrumento realizado en esta investigación pueda tener un valor de confiabilidad, se consultó a 3 expertos en el área de Comunicación Corporativa, para que revisaran y calificaran el cuestionario de acuerdo a sus conocimientos.

Los expertos que validaron el instrumento de esta investigación son:

- Verastegui Paredes.
- Dusek Paz.
- Becerrera Quintero Jorge Luis.

$$V = \frac{S}{(n(c - 1))}$$

S= la suma de si, siendo si el valor de si = 1 n = número de jueces

C= número de valores de la escala de valoración (2 en este caso)

Obteniendo como resultado el 94% de validez del instrumento

COEFICIENTE DE VALIDACION

cuantitativo

Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	1	1	3	100%
ITEM 5	1	1	1	3	100%
ITEM 6	1	1	1	3	100%
ITEM 7	1	1	1	3	100%
ITEM 8	1	1	1	3	100%
ITEM 9	0	1	0	1	33%
ITEM 10	1	1	1	3	100%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
					94%

COEFICIENTE DE V DE AIKEN

$$V = \frac{S}{(n(c-1))}$$

Siendo:

S= la suma de si

Si= valor asignado por el juez i

n= número de jueces

c = número de valores de la escala de valoración (2 en este caso)

2.4.4 Confiabilidad

Se midió la confiabilidad con el alfa de Cronbach, en el cual se realizó una encuesta a 10

Items	Dimension 1: COMUNICACIÓN INTERNA									
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10
1	2	1	5	5	1	1	1	1	2	3
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	5	1	1	1	2	3	3	4	1	5
5										
6										
7										
8				3						
9				2						
10				2						
11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										
20										

Varianzas	2.7	0.2	1	0.3	0.2	0.7	0.8	1	1	2.75	Sumatoria de la varianzas de los	0	0	0	0	0	0	0	0	0
										11.265										
										alfa de cronbach	0.39									

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

ALFA DE CRONBACH

Donde:  
 K: El número de ítems  
 Si: Sumatoria de Varianzas de los ítems  
 S<sub>T</sub>: Varianza de la suma de los ítems  
 α: Coeficiente de Alfa de Cronbach

colaboradores no necesariamente de la misma población. Finalmente se procedió al ingreso de los datos para así poder aplicar la fórmula de Cronbach por cada respuesta de los ítems dando como resultado 0.98 haciendo confiable mi instrumento de encuesta.

## **2.5 Métodos de Análisis de Datos**

El método para el análisis de los datos se realizara a través del programa spss el cual servirá de ayuda para recopilar los resultados de la encuesta. Así como en la presentación de resultados en tablas y gráficos estadísticos. Para la ponderación de la escala de Likert se utilizó el siguiente puntaje.

**Totalmente de acuerdo = 1**

**Parcialmente de acuerdo = 2**

**Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3**

**Parcialmente en desacuerdo = 4**

**Totalmente en desacuerdo =5**

## **2.6 Aspectos éticos**

La presente investigación tendrá información confiable y se respetarán las fuentes primarias y secundarias citadas adecuadamente.

En cuanto a la participación será estrictamente voluntaria donde primará la transparencia y veracidad. Asimismo, se reservará la identidad de los participantes. La información obtenida por los colaboradores será manejada únicamente por la investigadora, respetando los principios éticos, que todo investigador debe tener: justicia, respeto. Finalmente se informará sobre los resultados obtenidos a la institución estudiada.

Se solicitara un permiso a la Municipalidad Distrital de Puente Piedra para poder realizar la encuesta en esta institución.



### III. RESULTADOS

#### 1. La organización siempre realiza agasajos por días festivos para sus trabajadores.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	38	27,1	27,1	27,1
Parcialmente de acuerdo	66	47,1	47,1	74,3
Ni acuerdo ni desacuerdo	29	20,7	20,7	95,0
Parcialmente en desacuerdo	7	5,0	5,0	100,0
Total	140	100,0	100,0	



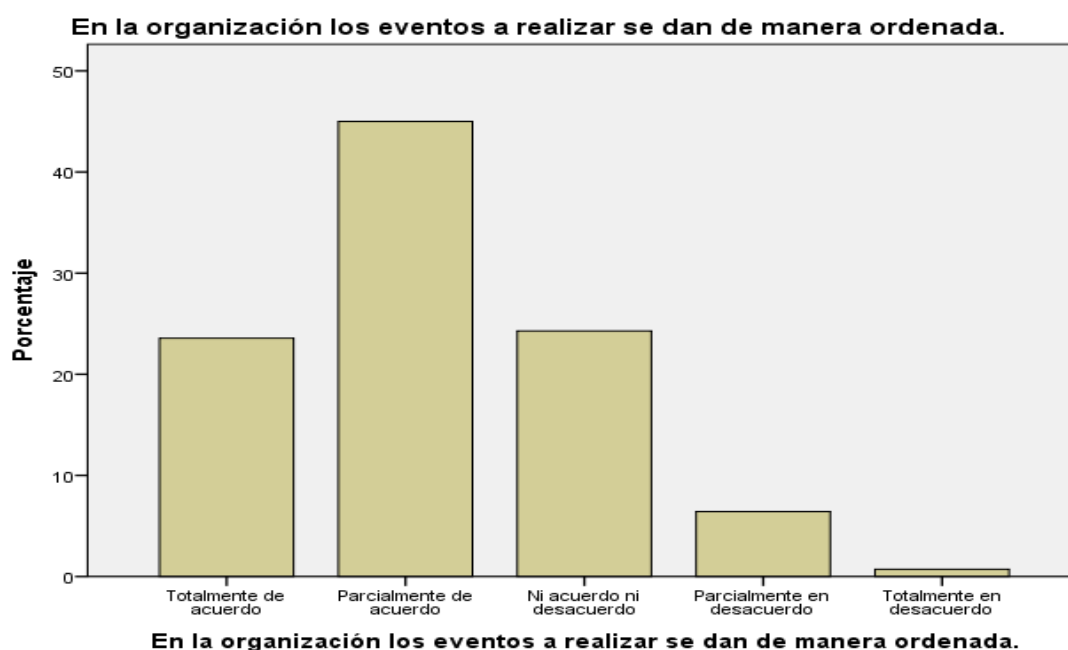
Descripción:

Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta: La organización siempre realiza agasajos por días festivos para sus trabajadores. Donde el 47.1% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 5% indican estar parcialmente en desacuerdo.

Considerando así que la oficina de Imagen Institucional de la Municipalidad si sabe reconocer el esfuerzo que realiza cada uno de los trabajadores de la Municipalidad en las distintas áreas que trabajan, haciéndoles agasajos por los días festivos, como Día de la Madre o Día del Padre, etc.

**2. En la organización los eventos a realizar se dan de manera ordenada.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	33	23,6	23,6	23,6
Parcialmente de acuerdo	63	45,0	45,0	68,6
Ni acuerdo ni desacuerdo	34	24,3	24,3	92,9
Parcialmente en desacuerdo	9	6,4	6,4	99,3
Totalmente en desacuerdo	1	,7	,7	100,0
Total	140	100,0	100,0	



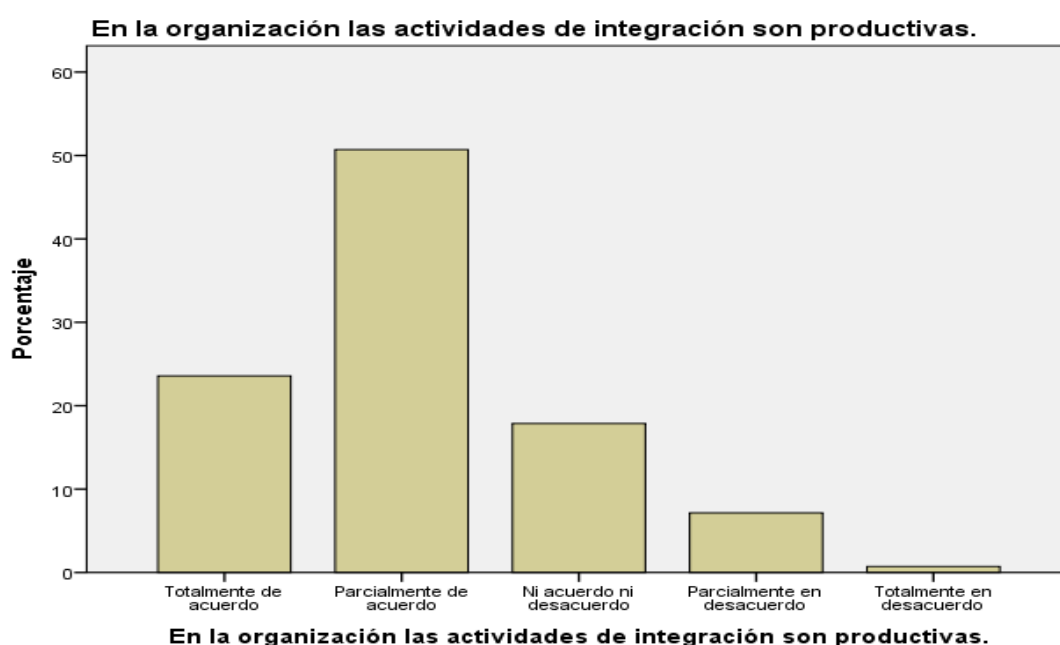
Descripción:

Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta: En la organización los eventos a realizar se dan de manera ordenada. Donde el 45% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 6.4% indican estar parcialmente en desacuerdo.

Considerando los eventos que se realizan dentro de la Municipalidad son de manera ordenada y eficaz, cumpliendo con todo lo que se requiere.

**3. En la organización las actividades de integración son productivas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	33	23,6	23,6	23,6
	Parcialmente de acuerdo	71	50,7	50,7	74,3
	Ni acuerdo ni desacuerdo	25	17,9	17,9	92,1
	Parcialmente en desacuerdo	10	7,1	7,1	99,3
	Totalmente en desacuerdo	1	,7	,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	



**Descripción:**

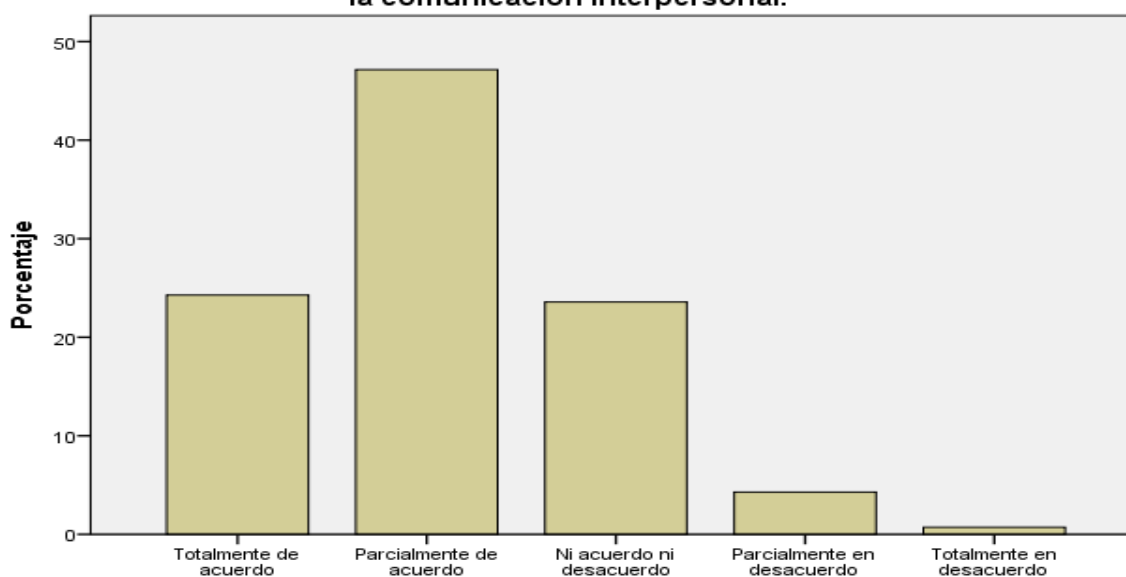
Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta: En la organización las actividades de integración son productivas. Donde el 50.7% (más de la mitad) de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 7.1% indican estar parcialmente en desacuerdo y solo 1 una persona que indica estar en totalmente desacuerdo.

Considerando así que las actividades de integración para los trabajadores de la Municipalidad realmente son importantes como productivas.

**4. Mis relaciones con el personal de Imagen Institucional se fortalecen por medio de la comunicación interpersonal.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	34	24,3	24,3	24,3
Parcialmente de acuerdo	66	47,1	47,1	71,4
Ni acuerdo ni desacuerdo	33	23,6	23,6	95,0
Parcialmente en desacuerdo	6	4,3	4,3	99,3
Totalmente en desacuerdo	1	,7	,7	100,0
Total	140	100,0	100,0	

**Mis relaciones con el personal de Imagen Institucional se fortalecen por medio de la comunicación interpersonal.**



**Mis relaciones con el personal de Imagen Institucional se fortalecen por medio de la comunicación interpersonal.**

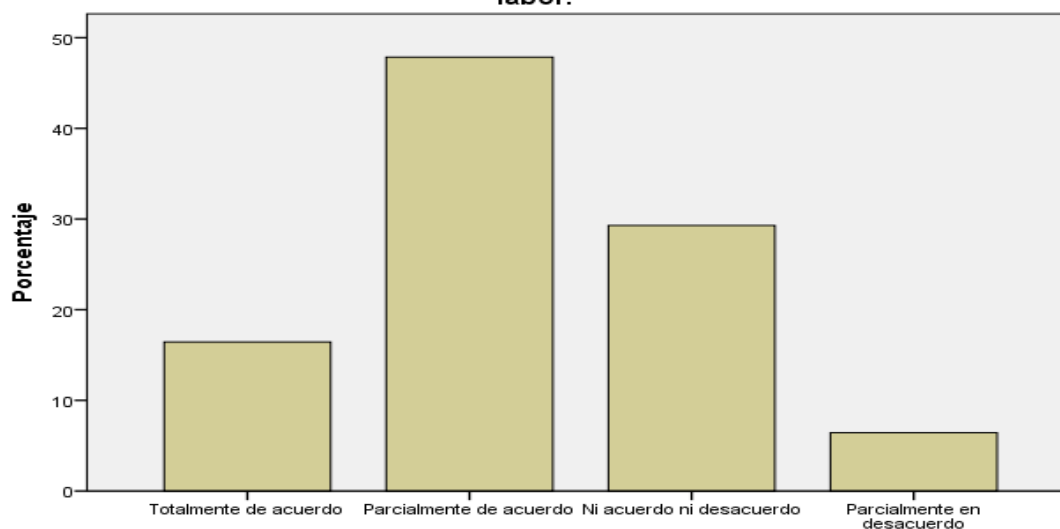
**Descripción:**

Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta: Mis relaciones con el personal de Imagen Institucional se fortalecen por medio de la comunicación interpersonal. Donde el 47.1% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 4.3% indican estar parcialmente en desacuerdo. Considerando así que los trabajadores del área de Imagen Institucional son cordiales y saben crear una buena relación de trabajo (clima laboral).

**5. El área de Imagen Institucional comparte información de trabajo que faciliten mi labor.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	23	16,4	16,4	16,4
	Parcialmente de acuerdo	67	47,9	47,9	64,3
	Ni acuerdo ni desacuerdo	41	29,3	29,3	93,6
	Parcialmente en desacuerdo	9	6,4	6,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

**El área de Imagen Institucional comparte información de trabajo que faciliten mi labor.**



**El área de Imagen Institucional comparte información de trabajo que faciliten mi labor.**

Descripción:

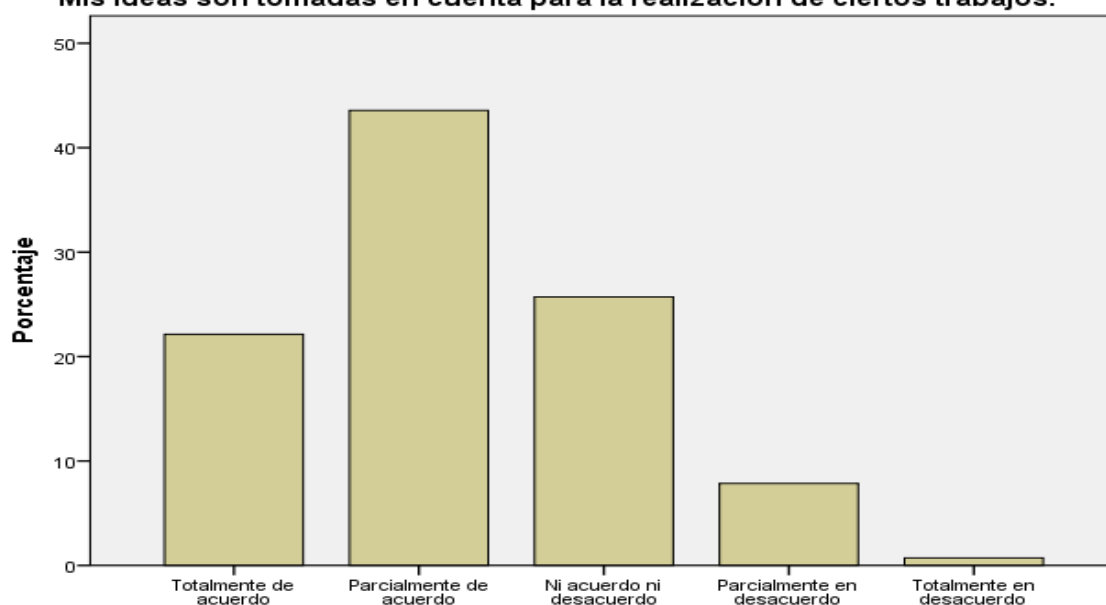
Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta: El área de Imagen Institucional comparte información de trabajo que faciliten mi labor. Donde el 47.9% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 6.4% indican estar parcialmente en desacuerdo.

Considerando así que los trabajadores realizan un buen trabajo al momento que le piden información de otras áreas para ciertos trabajos que se requiere hacer.

**6. Mis ideas son tomadas en cuenta para la realización de ciertos trabajos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	31	22,1	22,1	22,1
	Parcialmente de acuerdo	61	43,6	43,6	65,7
	Ni acuerdo ni desacuerdo	36	25,7	25,7	91,4
	Parcialmente en desacuerdo	11	7,9	7,9	99,3
	Totalmente en desacuerdo	1	,7	,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

**Mis ideas son tomadas en cuenta para la realización de ciertos trabajos.**



**Mis ideas son tomadas en cuenta para la realización de ciertos trabajos.**

Descripción:

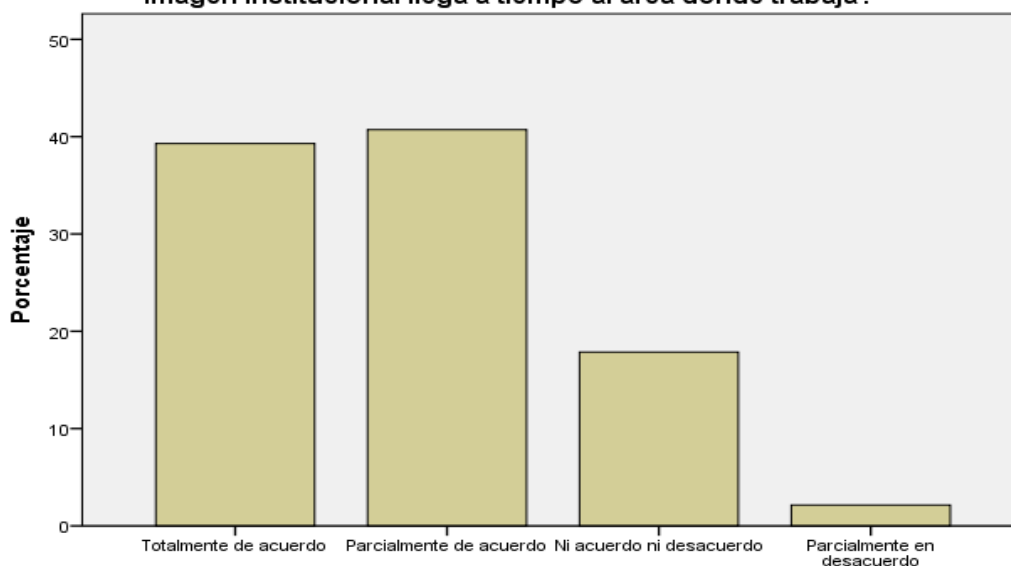
Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta: Mis ideas son tomadas en cuenta para la realización de ciertos trabajos. Donde el 43.6% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 7.9% indican estar parcialmente en desacuerdo.

Considerando así, que en la organización si se respeta las opiniones de cada trabajador antes de tomarse una decisión en el área donde se trabaja.

**7. ¿Considera usted que los mensajes comunicacionales que envía el área de Imagen Institucional llega a tiempo al área donde trabaja?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	55	39,3	39,3	39,3
	Parcialmente de acuerdo	57	40,7	40,7	80,0
	Ni acuerdo ni desacuerdo	25	17,9	17,9	97,9
	Parcialmente en desacuerdo	3	2,1	2,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

**¿Considera usted que los mensajes comunicacionales que envía el área de Imagen Institucional llega a tiempo al área donde trabaja?**



**¿Considera usted que los mensajes comunicacionales que envía el área de Imagen Institucional llega a tiempo al área donde trabaja?**

Descripción:

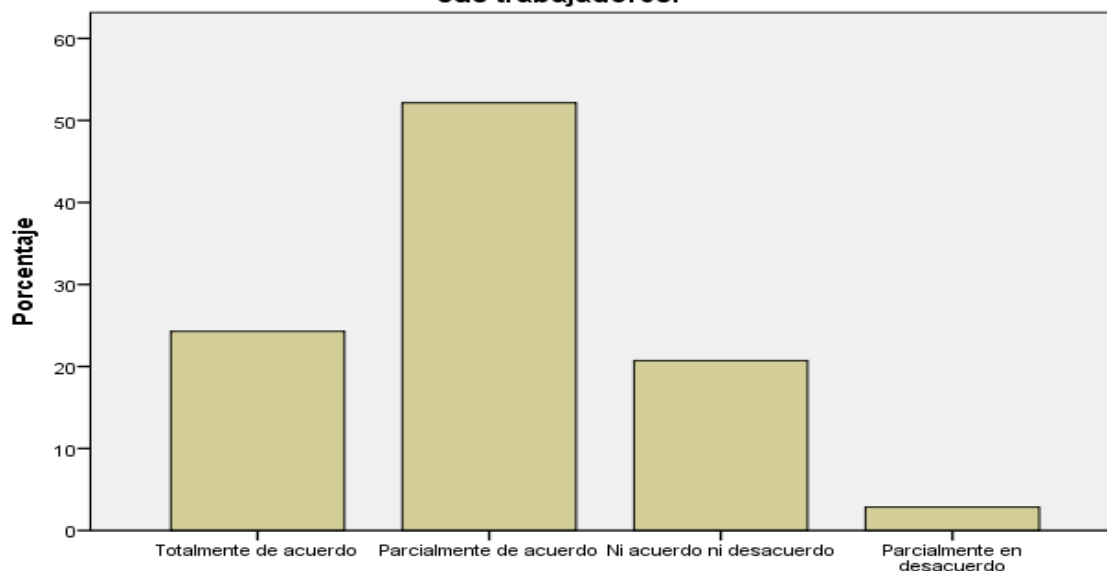
Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta ¿Considera usted que los mensajes comunicacionales que envía el área de Imagen Institucional llega a tiempo al área donde trabaja? Donde el 40.7% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 2.1% indican estar parcialmente en desacuerdo.

Considerando así que los mensajes comunicacionales que envía el área de Imagen Institucional si llega a tiempo al área donde trabajan.

**8. La organización realiza exitosamente reuniones para conocer inquietudes de sus trabajadores.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	34	24,3	24,3	24,3
Parcialmente de acuerdo	73	52,1	52,1	76,4
Ni acuerdo ni desacuerdo	29	20,7	20,7	97,1
Parcialmente en desacuerdo	4	2,9	2,9	100,0
Total	140	100,0	100,0	

**La organización realiza exitosamente reuniones para conocer inquietudes de sus trabajadores.**



**La organización realiza exitosamente reuniones para conocer inquietudes de sus trabajadores.**

**Descripción:**

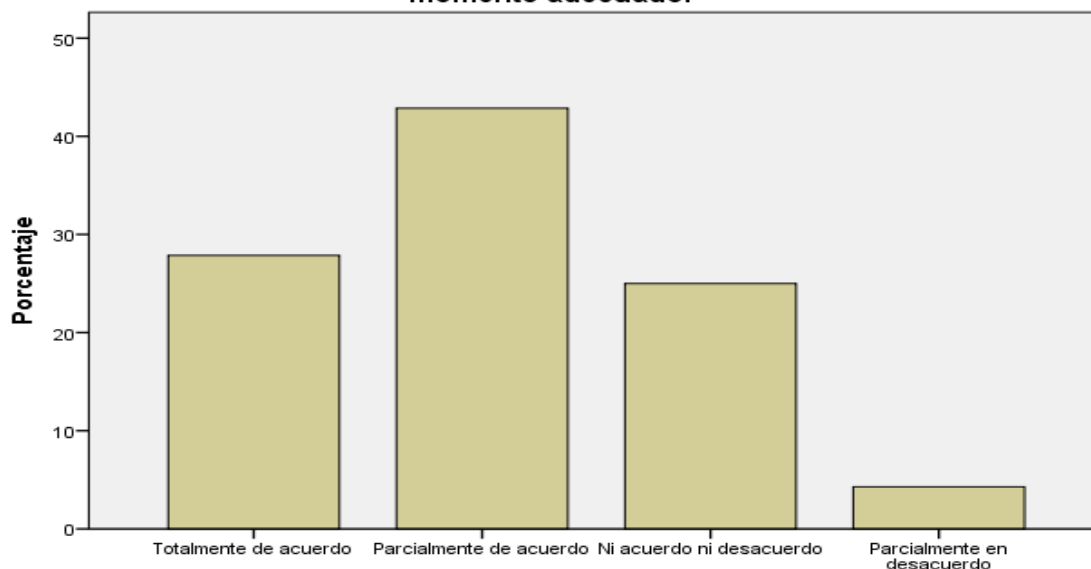
Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta: La organización realiza exitosamente reuniones para conocer inquietudes de sus trabajadores. Donde el 52.1% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 2.9% indican estar parcialmente en desacuerdo. Confirmando así que más de la mitad de los trabajadores están de acuerdo que la organización realiza exitosamente reuniones para sus trabajadores.



**9. La oficina de Imagen Institucional hace un uso adecuado de circulares en el momento adecuado.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	39	27,9	27,9	27,9
Parcialmente de acuerdo	60	42,9	42,9	70,7
Ni acuerdo ni desacuerdo	35	25,0	25,0	95,7
Parcialmente en desacuerdo	6	4,3	4,3	100,0
Total	140	100,0	100,0	

**La oficina de Imagen Institucional hace un uso adecuado de circulares en el momento adecuado.**



**La oficina de Imagen Institucional hace un uso adecuado de circulares en el momento adecuado.**

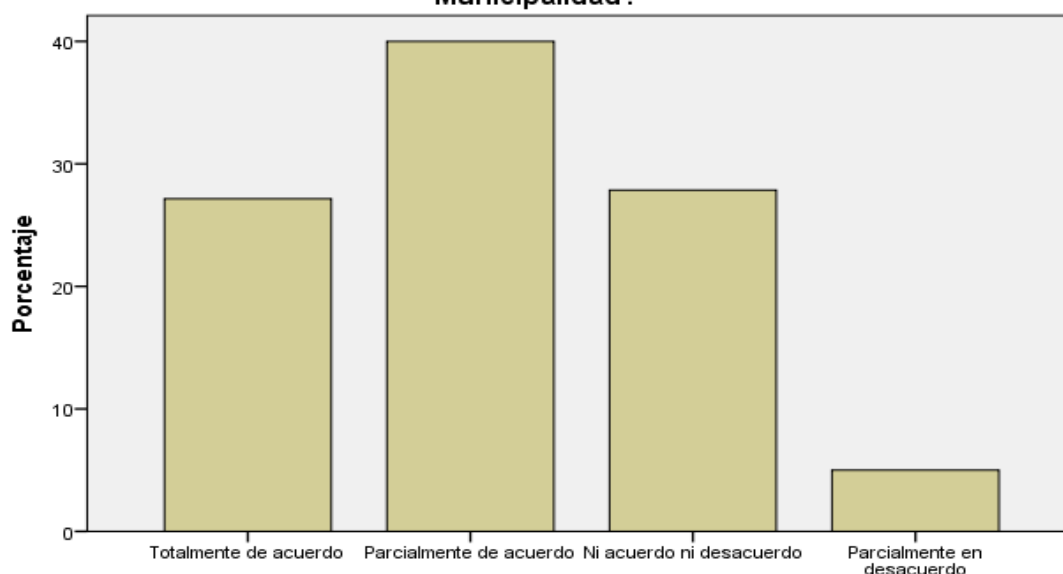
**Descripción:**

Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta: La oficina de Imagen Institucional hace un uso adecuado de circulares en el momento adecuado. Donde el 42.9% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 4.3% indican estar parcialmente en desacuerdo. Considerando así que el área de Imagen Institucional conoce de su trabajo y saber emplear herramientas de trabajo en el momento que se necesita.

**10. ¿Considera usted que el área de Imagen Institucional aclara a los trabajadores acerca de los problemas internos como externos que sucede en la Municipalidad?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	38	27,1	27,1	27,1
	Parcialmente de acuerdo	56	40,0	40,0	67,1
	Ni acuerdo ni desacuerdo	39	27,9	27,9	95,0
	Parcialmente en desacuerdo	7	5,0	5,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

**¿Considera usted que el área de Imagen Institucional aclara a los trabajadores acerca de los problemas internos como externos que sucede en la Municipalidad?**



**¿Considera usted que el área de Imagen Institucional aclara a los trabajadores acerca de los problemas internos como externos que sucede en la Municipalidad?**

Descripción:

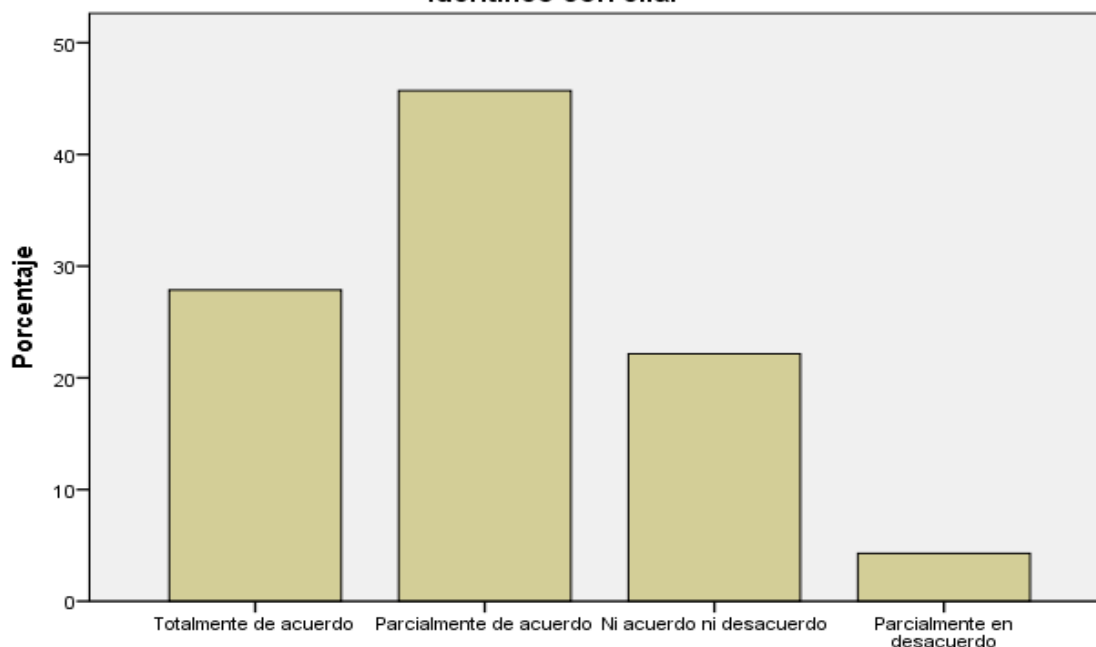
Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta ¿Considera usted que el área de Imagen Institucional aclara a los trabajadores acerca de los problemas internos como externos que sucede en la Municipalidad? Donde el 40% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 5% indican estar parcialmente en desacuerdo.

Considerando así que el área de Imagen Institucional se preocupa por el clima laboral entre los trabajadores de la Municipalidad.

**11. Conozco cual es la misión y visión de la Municipalidad de Puente Piedra y me identifico con ella.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	39	27,9	27,9	27,9
Parcialmente de acuerdo	64	45,7	45,7	73,6
Ni acuerdo ni desacuerdo	31	22,1	22,1	95,7
Parcialmente en desacuerdo	6	4,3	4,3	100,0
Total	140	100,0	100,0	

**Conozco cual es la misión y visión de la Municipalidad de Puente Piedra y me identifico con ella.**



**Conozco cual es la misión y visión de la Municipalidad de Puente Piedra y me identifico con ella.**

Descripción:

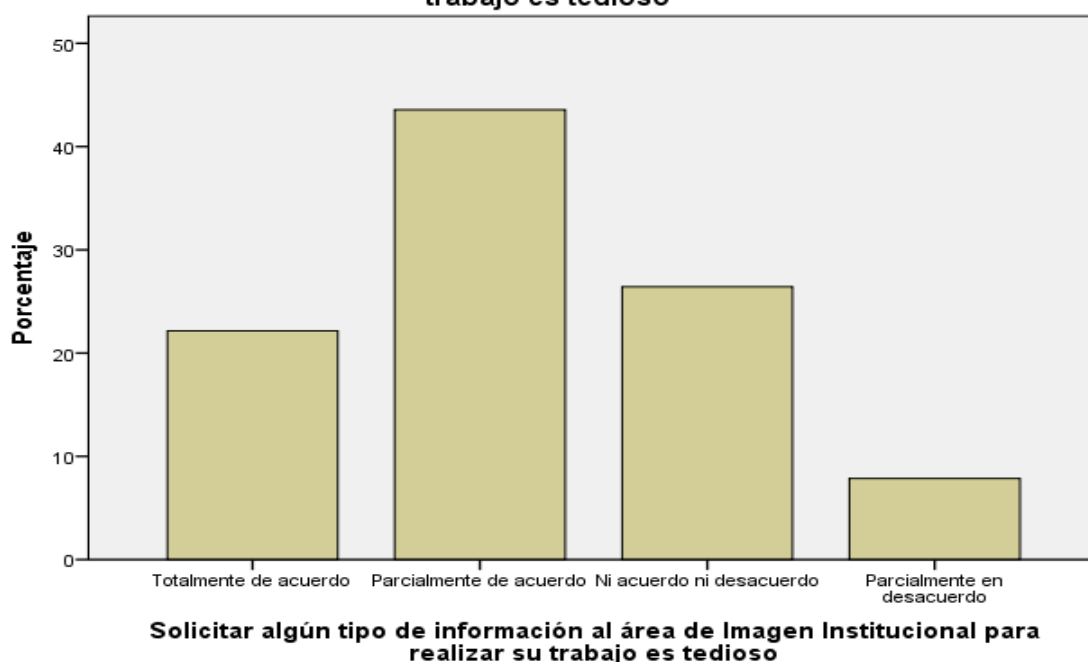
Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta: Conozco cual es la misión y visión de la Municipalidad de Puente Piedra y me identifico con ella. Donde el 45.7% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 4.3% indican estar parcialmente en desacuerdo.

Considerando así que los trabajadores de la Municipalidad si conocen acerca de su arrea de trabajo, y están identificados con ello.

**12. Solicitar algún tipo de información al área de Imagen Institucional para realizar su trabajo es tedioso**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	31	22,1	22,1	22,1
	Parcialmente de acuerdo	61	43,6	43,6	65,7
	Ni acuerdo ni desacuerdo	37	26,4	26,4	92,1
	Parcialmente en desacuerdo	11	7,9	7,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

**Solicitar algún tipo de información al área de Imagen Institucional para realizar su trabajo es tedioso**

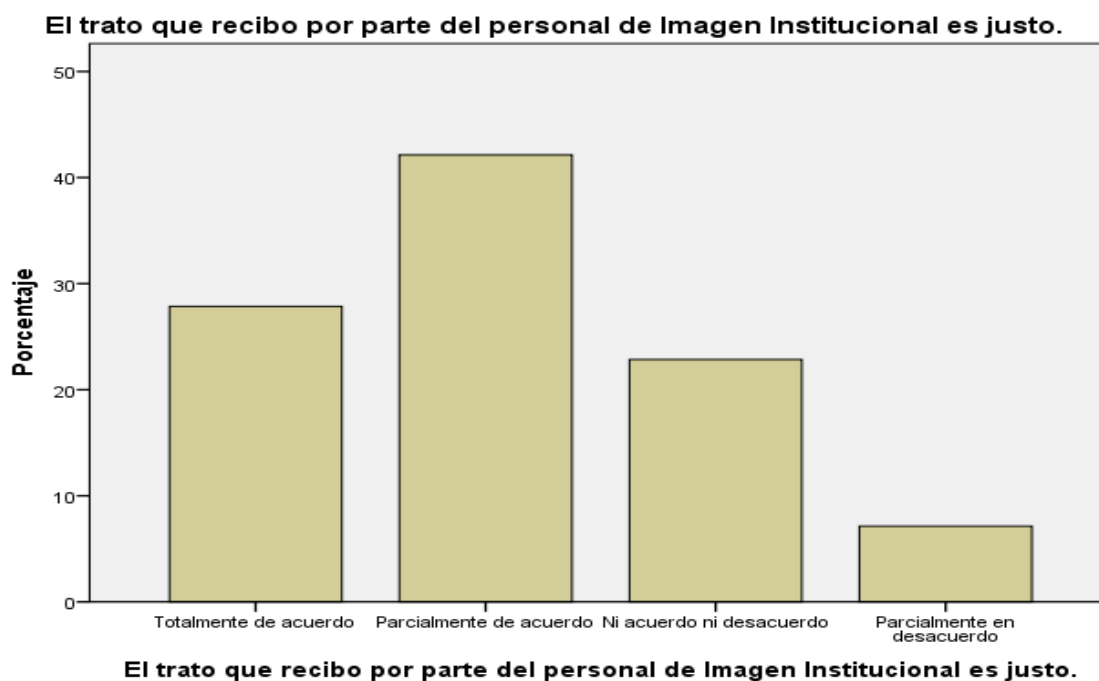


**Descripción:**

Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta: Solicitar algún tipo de información al área de Imagen Institucional para realizar su trabajo es tedioso. Donde el 43.6% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 7.9% indican estar parcialmente en desacuerdo. Considerando así que pedir cierta información al área de Imagen Institucional en algunas ocasiones es dificultoso.

**13. El trato que recibo por parte del personal de Imagen Institucional es justo.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	39	27,9	27,9	27,9
	Parcialmente de acuerdo	59	42,1	42,1	70,0
	Ni acuerdo ni desacuerdo	32	22,9	22,9	92,9
	Parcialmente en desacuerdo	10	7,1	7,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	



Descripción:

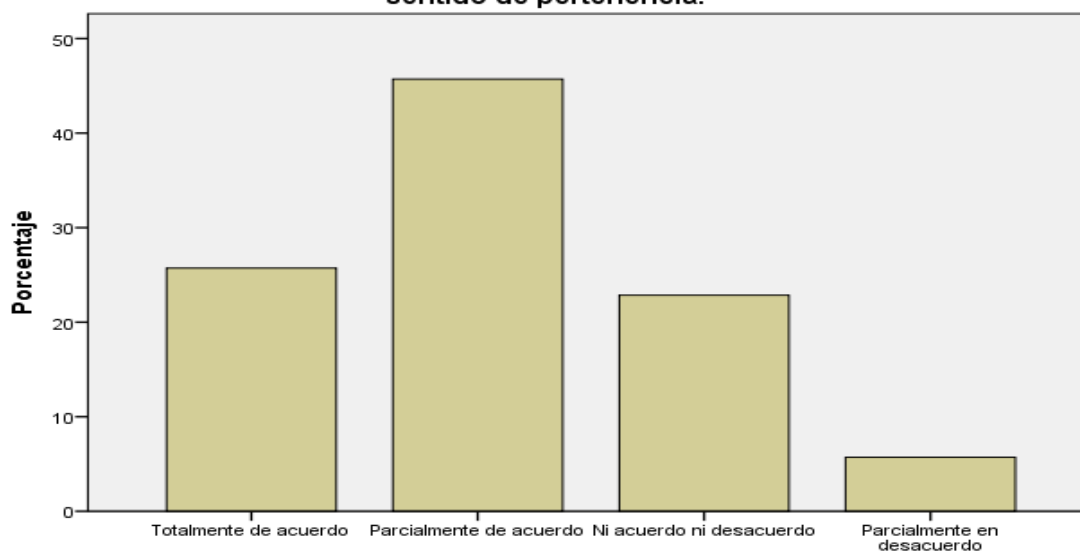
Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta. El trato que recibo por parte del personal de Imagen Institucional es justo. Donde el 42.1% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 7.1% indican estar parcialmente en desacuerdo.

Considerando así que los trabajadores no hacen distinciones ni diferencias entre trabajadores-subgerentes y gerentes, a la hora de que ellos le soliciten algún tipo de información o ayuda.

**14. Permanecer en esta organización es un asunto tanto de necesidad como de sentido de pertenencia.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	36	25,7	25,7	25,7
	Parcialmente de acuerdo	64	45,7	45,7	71,4
	Ni acuerdo ni desacuerdo	32	22,9	22,9	94,3
	Parcialmente en desacuerdo	8	5,7	5,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

**Permanecer en esta organización es un asunto tanto de necesidad como de sentido de pertenencia.**



**Permanecer en esta organización es un asunto tanto de necesidad como de sentido de pertenencia.**

**Descripción:**

Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta: Permanecer en esta organización es un asunto tanto de necesidad como de sentido de pertenencia. Donde el 45.7% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 5.7% indican estar parcialmente en desacuerdo. Considerando que la mayoría de los trabajadores se sienten identificados con la organización en donde trabajan.

**15. Esta organización merece mi lealtad.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	33	23,6	23,6	23,6
	Parcialmente de acuerdo	70	50,0	50,0	73,6
	Ni acuerdo ni desacuerdo	32	22,9	22,9	96,4
	Parcialmente en desacuerdo	5	3,6	3,6	100,0
	Total	140	100,0	100,0	



**Descripción:**

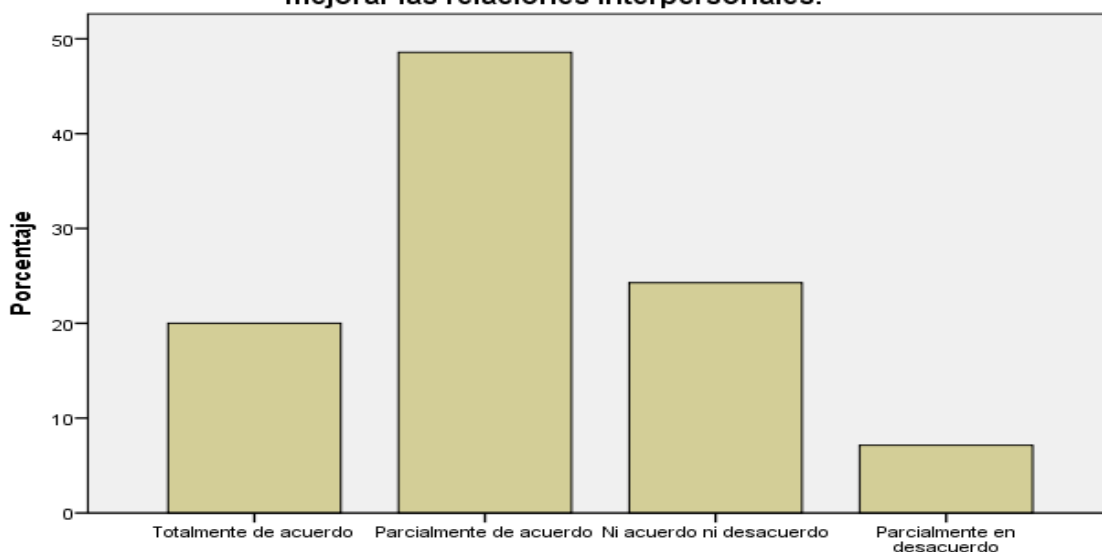
Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta: Esta organización merece mi lealtad. Donde el 50% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 3.6% indican estar parcialmente en desacuerdo.

Considerando que la mayoría de los trabajadores realmente se sienten bien en el área de trabajo donde se encuentran y son leales a la organización donde laboran.

**16. Considera usted que tener un coaching organizacional o motivadores ayudaría a mejorar las relaciones interpersonales.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	28	20,0	20,0	20,0
	Parcialmente de acuerdo	68	48,6	48,6	68,6
	Ni acuerdo ni desacuerdo	34	24,3	24,3	92,9
	Parcialmente en desacuerdo	10	7,1	7,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

**Considera usted que tener un coaching organizacional o motivadores ayudaría a mejorar las relaciones interpersonales.**



**Considera usted que tener un coaching organizacional o motivadores ayudaría a mejorar las relaciones interpersonales.**

Descripción:

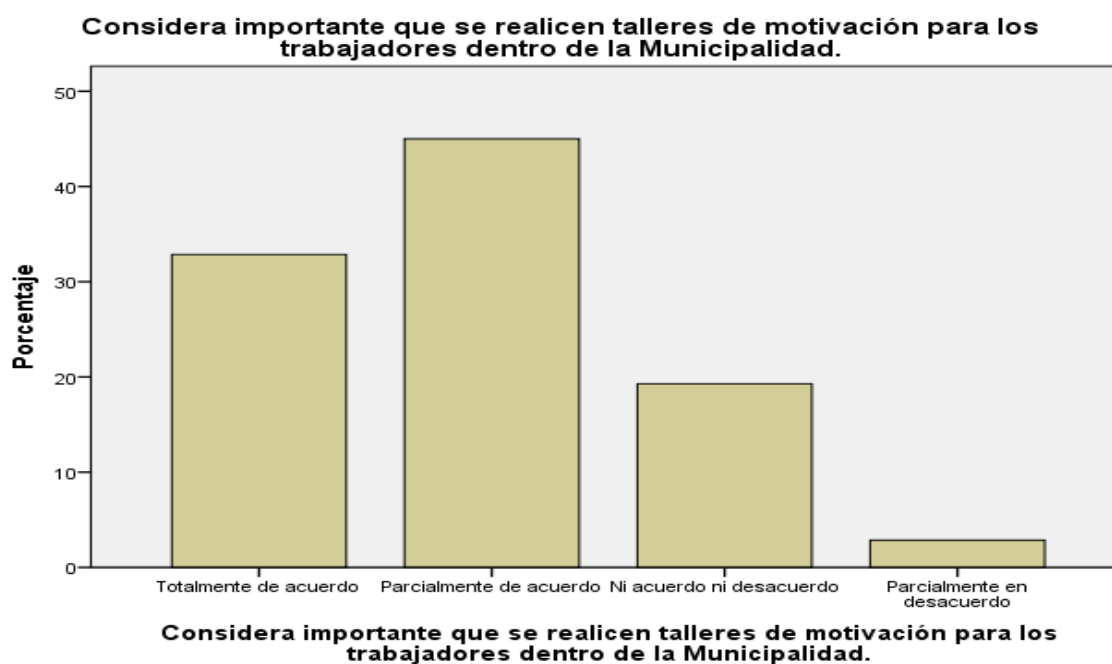
Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta: Considera usted que tener un coaching organizacional o motivadores ayudaría a mejorar las relaciones interpersonales. Donde el 48.6% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 7.1% indican estar parcialmente en desacuerdo.

Considerando así, que en la organización si es necesario tener un coaching organizacional o motivadores para mejorar las relaciones interpersonales en ciertas áreas.



**17. Considera importante que se realicen talleres de motivación para los trabajadores dentro de la Municipalidad.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	46	32,9	32,9	32,9
Parcialmente de acuerdo	63	45,0	45,0	77,9
Ni acuerdo ni desacuerdo	27	19,3	19,3	97,1
Parcialmente en desacuerdo	4	2,9	2,9	100,0
Total	140	100,0	100,0	



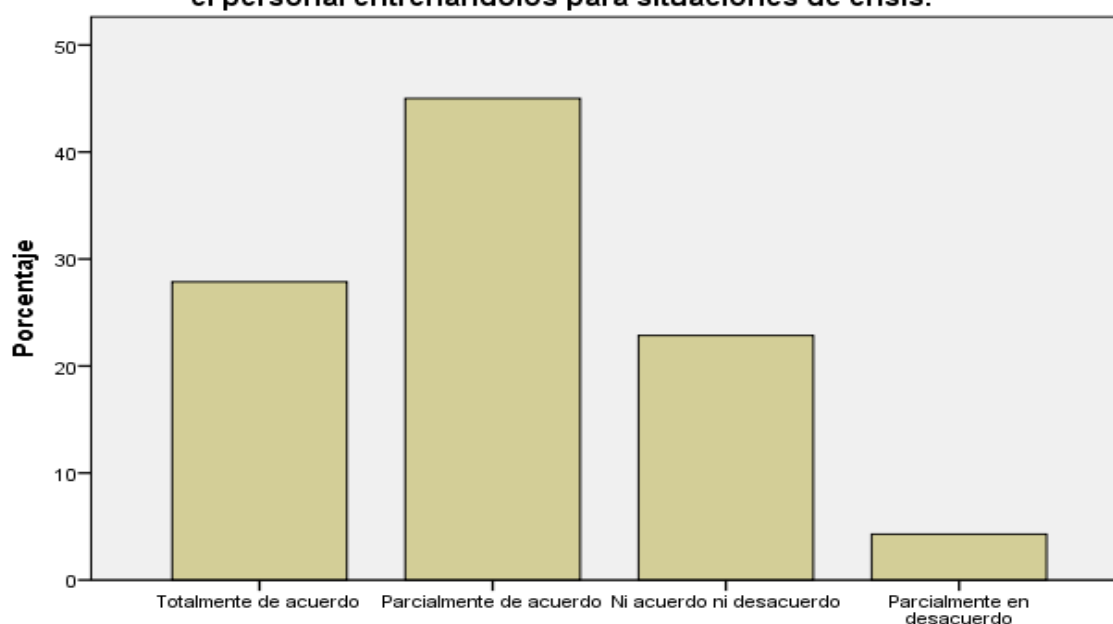
**Descripción:**

Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta: Considera importante que se realicen talleres de motivación para los trabajadores dentro de la Municipalidad. Donde el 48.6% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 7.1% indican estar parcialmente en desacuerdo. Considerando así, que en la organización si es necesario tener un coaching organizacional o motivadores para mejorar las relaciones interpersonales en ciertas áreas.

**18. La Oficina de Imagen Institucional realiza exitosamente programas gratuitos para el personal entrenándolos para situaciones de crisis.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	39	27,9	27,9	27,9
Parcialmente de acuerdo	63	45,0	45,0	72,9
Ni acuerdo ni desacuerdo	32	22,9	22,9	95,7
Parcialmente en desacuerdo	6	4,3	4,3	100,0
Total	140	100,0	100,0	

**La Oficina de Imagen Institucional realiza exitosamente programas gratuitos para el personal entrenándolos para situaciones de crisis.**



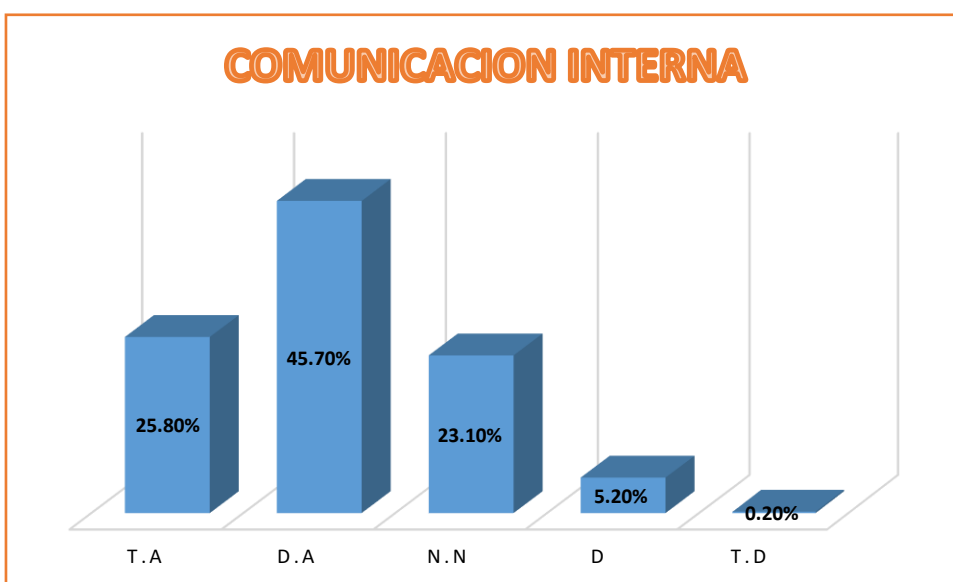
**La Oficina de Imagen Institucional realiza exitosamente programas gratuitos para el personal entrenándolos para situaciones de crisis.**

Descripción:

Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la pregunta: La Oficina de Imagen Institucional realiza exitosamente programas gratuitos para el personal entrenándolos para situaciones de crisis. Donde el 45% de trabajadores indican estar parcialmente de acuerdo, mientras que tan solo un 4.3% indican estar parcialmente en desacuerdo.

Considerando así, que los programas gratuitos que realiza la organización para el personal de trabajo dentro de la Municipalidad se realiza exitosamente.

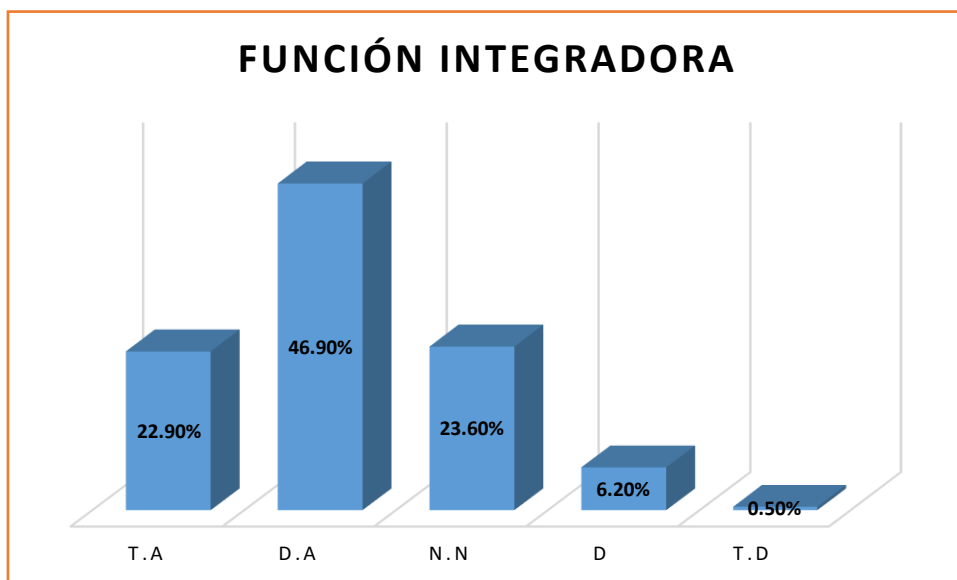
VARIABLE COMUNICACIÓN INTERNA					
	D1	D2	D3	VARIABLE	%
T.A	32	39.3333334	36.8333334	36.0555556	25.8%
D.A	65.6666667	61.8333333	64.5	64	45.7%
N.N	33	32.6666667	31.5	32.3888889	23.1%
D	8.6666667	6.1666667	7.1666667	7.3333334	5.2%
T.D	0.6666667	0	0	0.2222222	0.2%
TOTAL	140	140	140	140	100.0%



Descripción:

Según los resultados obtenidos del instrumento, de los 140 trabajadores encuestados en relación a la eficacia de las funciones de la Comunicación Interna desde La Oficina de Imagen Institucional, se puede analizar que un 45.7% están de acuerdo y tan solo un 5.20% en desacuerdo. Considerando así que la eficacia de las funciones de la Comunicación Interna el área de Imagen Institucional es buena.

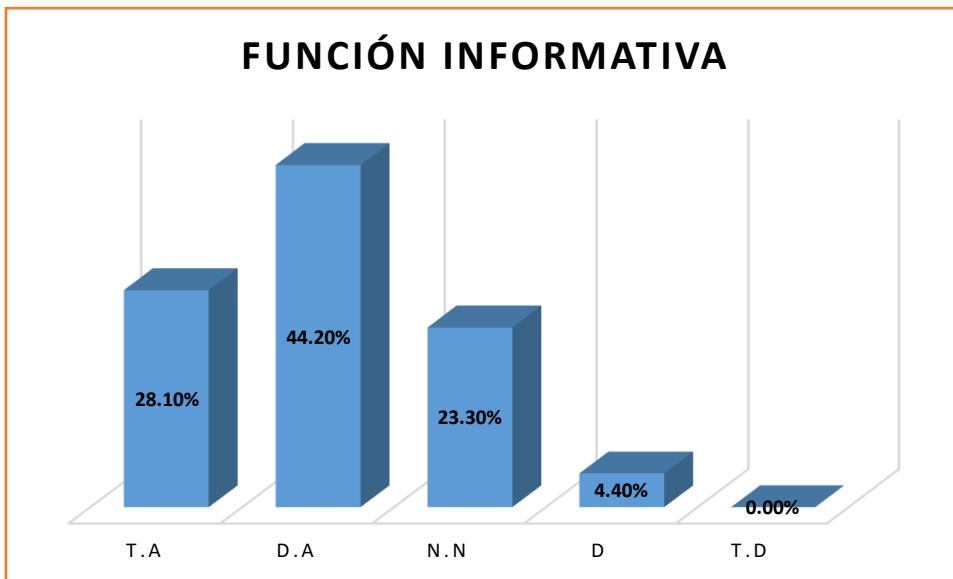
	DIMENSION 1			
	I1	I2	D 1	%
T.A	34.6666667	29.3333333	32	22.9%
D.A	66.6666667	64.6666667	65.6666667	46.9%
N.N	29.3333333	36.6666667	33	23.6%
D	8.6666667	8.6666667	8.6666667	6.2%
T.D	0.6666667	0.6666667	0.6666667	0.5%
TOTAL	140	140	140	100.0%



Descripción:

Observamos que, según la percepción de los trabajadores un 6.20 % está en desacuerdo con la eficacia de las funciones integradoras que se realiza en el área de Imagen Institucional, 46.90% indica estar de acuerdo y un 22.9% en totalmente de acuerdo. De ello se tiene que los trabajadores están de acuerdo con la eficacia que se realiza las funciones integradoras desde el área de Imagen Institucional.

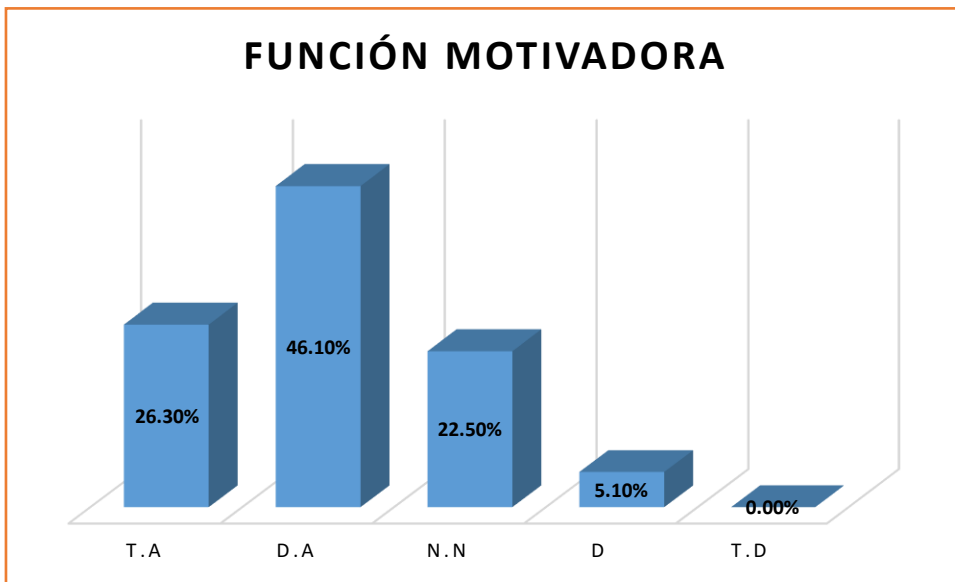
	DIMENSION 2			
	I3	I4	D 2	%
T.A	42.6666667	36	39.3333334	28.1%
D.A	63.3333333	60.3333333	61.8333333	44.2%
N.N	29.6666667	35.6666667	32.6666667	23.3%
D	4.3333333	8	6.1666667	4.4%
T.D	0	0	0	0.0%
TOTAL	140	140	140	100%



Descripción:

Observamos que, según la percepción de los trabajadores un 4.40 % está en desacuerdo con la eficacia de las funciones informativas que se realiza en el área de Imagen Institucional, 44.20% indica estar de acuerdo, un 28.1% en totalmente de acuerdo mientras que un 23.30% no está acuerdo ni en desacuerdo. De ello se tiene que los trabajadores están medianamente de acuerdo con la eficacia que se realiza las funciones informativas desde el área de Imagen Institucional.

	D 3			
	I5	I6	D 3	%
T.A	36	37.6666667	36.8333334	26.3%
D.A	64.3333333	64.6666667	64.5	46.1%
N.N	32	31	31.5	22.5%
D	7.6666667	6.6666667	7.1666667	5.1%
T.D	0	0	0	0.0%
TOTAL	140	140	140	100.0%



Descripción:

Observamos que, según la percepción de los trabajadores un 5.10% está en desacuerdo con la eficacia que se realiza las funciones motivadoras en el área de Imagen Institucional, 46.10% indica estar de acuerdo, un 28.1% en totalmente de acuerdo mientras que un 22.50% no está acuerdo ni en desacuerdo. De ello se tiene que los trabajadores están de acuerdo con la eficacia que se realiza las funciones informativas desde el área de Imagen Institucional.

#### **IV. DISCUSIÓN**

Después de haber aplicado el instrumento a los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Puente Piedra y mostrado los resultados obtenidos en la encuesta aplicada, se pasara a evaluar la información si concuerda con los antecedentes y teorías expuestas en este trabajo de investigación.

Con respecto a las preguntas direccionadas para cada punto se puede contrastar con la Teoría General de los Sistemas que en la Municipalidad Distrital de Puente Piedra las áreas están conectadas entre sí, que si existe el trabajo en equipo, y que así como lo indica Zapata (2016) “toda las partes del entorno se afectan entre si y por lo tanto al sistema en general, esto quiere decir, si algo ocurre en alguna de las partes, esa acción o problema se verá reflejada en la organización” (pg. 78).

Los resultados en general fueron positivos ante la medición de la eficacia de las funciones de la comunicación interna que se realiza desde la Oficina de Imagen Institucional. Así como lo indica Ávila “La comunicación interna desempeña un rol protagonista en la estrategia de las organizaciones. Impacta directamente sobre la gestión diaria y en los resultados finales de la institución.” (2014, 26 de abril)

Como objetivo general tenemos “Determinar la eficacia de las funciones de la Comunicación Interna desde la oficina de Imagen Institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II 2018” lo cual se afirma sin duda, si es eficaz el trabajo que se realiza en el área de Imagen Institucional generando así un buen ambiente laboral y llegando a la meta que se propone la empresa.

Por otro lado concordamos con Masías y Ponce (2013) acerca de que el objetivo principal fue analizar la comunicación interna como factor clave dentro de la empresa, hace referencia que la comunicación entre los empleados mejora el desempeño laboral, por ello se concluye que al implementar correctamente la comunicación interna permitirá que las organizaciones sean competitivas y se puedan posicionen mejor en el mercado.

Concordamos con Aura que en su tesis titulada "Comunicación Interna en la Oficina General de Gestión de Recursos Humanos del Ministerio de Agricultura y Riego – 2015" nos dice que no existe diferencias en la percepción de comunicación interna entre los trabajadores profesionales y técnicos de la Oficina General de Recursos Humanos del Ministerio de Agricultura y Riego-2015. Ya que en la presente investigación de los que fueron encuestados en general (funcionarios y trabajadores) de la Municipalidad, marcaron que un 43,6 % está parcialmente de acuerdo con que si se toma en cuenta las opiniones de todos los trabajadores, sin importar los grados, todos en general.



## V. CONCLUSIONES

**PRIMERA:** Se concluye que las funciones de la comunicación interna de la Municipalidad Distrital de Puente Piedra desde el área de Imagen Institucional se realizan eficazmente, sin embargo estos se podrían ir mejorando más con el tiempo. Esto se puede confirmar con que un 45,7 % de los trabajadores encuestados indican estar parcialmente de acuerdo con la eficacia de la Comunicación Interna, un 25.8 % totalmente de acuerdo y tan solo un 5.2 % están en desacuerdo con ello.

**SEGUNDA:** En cuanto a la primera dimensión, se concluye que las funciones integradora se realiza de una manera eficaz ya que los resultados dan índices de que en la organización las actividades de integración son productivas con 46.9% de los trabajadores indicando estar de acuerdo y tan solo un 6.2% estar parcialmente desacuerdo y 0.5% en total desacuerdo.

**TERCERA:** La segunda dimensión, se concluye que existe una identificación y respeto del trabajador hacia la municipalidad ya que el 44.20% indica estar de acuerdo, un 28.1% en totalmente de acuerdo con las funciones informativas que realizan desde la Oficina de Imagen Institucional en la Municipalidad de Puente Piedra.

**CUARTA:** Respecto a la tercera dimensión, se llegó a la conclusión de que también la motivación se realiza de manera eficaz desde el área de imagen Institucional y es lo que hace mejorar el clima laboral entre los trabajadores y la producción en la Municipalidad. Como muestra los resultados que un 26.3% de los trabajadores encuestados indican estar totalmente de acuerdo y un 46.1% indica estar de acuerdo en que la Oficina de Imagen Institucional realiza exitosamente las funciones de motivación, mientras que solo un 5.1% indicaron estar en desacuerdo.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Es de importancia entender que la comunicación interna puede obtener un mejor desarrollo de clima laboral en los trabajadores, para eso se debe manejar estrategias y tácticas de comunicación y además de hacer entender que el trabajador municipal cumple un rol importante dentro de todo el sistema ya que con la ayuda de ellos se llega a los objetivos que se traza como Municipalidad. El área de Imagen Institucional debería incentivar a los trabajadores y que ellos se identifiquen con la Municipalidad Distrital de Puente Piedra.

En cuanto al ambiente laboral se podría mejorar con deportes los fines de semana donde participen los trabajadores de diversas áreas e incluso el alcalde. También se podría realizar todos los lunes una reunión entre todos los trabajadores para conocer las inquietudes de cada uno y con ello generar mayor confianza en el ambiente laboral.

Se recomienda que la Oficina de Imagen Institucional de la Municipalidad de Puente Piedra se enfoque más en los trabajadores, ya que hay ocasiones en las que no realizan un buen trato hacia el personal interno. Y esto podría traer problemas en todo el sistema (municipalidad).

Con respecto a la encuesta, para futuras investigaciones se recomienda poner las opciones con valores más específicos como si o no. Ya que así se obtendrá un mejor resultado de los encuestados y con ello llegar a lo que se quiere encontrar.


## VII. REFERENCIAS

- Galeano, M. (2004). *Diseños de proyectos en la investigación cualitativa*. (2da. Ed).
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ta. Ed). México: Mc Graw Hill.
- Silvia, P (2013). *Comunicación interna es indispensable en empresas*. La Republica. Recuperado de <https://goo.gl/izffCP>
- Fassio, A., Pascual, L., Suarez, F. (2006). *Introducción a la metodología de la Investigación*. (2da. Ed). Buenos Aires – Macchi
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. España, Madrid: Editorial Netbiblo, S.L
- Arancibia, J. (2016). *Comunicación política y democracia en América Latina*. Barcelona: Editorial GEDISA.
- Zapata, L. (2016). *Industria de la comunicación y economía digital: Guía básica del Dircom*. España: Editorial UOC.
- Muñoz B. (2005). *Cultura y comunicación: Introducción a las teorías contemporáneas*. (2 ed.) España: Editorial Fundamentos. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=AUpBFhMS9J8C&printsec=frontcover#v=onepage&g&f=false>
- Fernández, C. y Galguera. (2009). *Teorías de la comunicación*. México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores, S.A de C.V.

- Gonzalves, J. (2014). *Comunicacion 2.0 y 3.0 La séptima arte Nuevo impulso educativo*. España:Editorial Vision Libros
- Garcia y Cassiano. (2007). *La comunicación interna*. España: Ediciones Díaz Santos.
- Frejeiro,D.(2010). *Técnica de Comunicación*. México: Ideas propias editorial.
- Almenara, J. (2005). *Comunicación interna en la empresa*. (1ª ed.).Barcelona: Editorial UOC.
- Otero, T. (2011) *Protocolo y organización de eventos*. (1ª ed.). Barcelona: UOC
- Xifra, J. (2007). *Técnicas de las relaciones públicas*. (1ª ed.). Barcelona: UOC
- Varo, J. (2007) *Gestión estratégica de la calidad en los servicios sanitarios: un modelo de gestión hospitalaria*. (1ª ed.). España: Díaz de Santos
- Soler, P. (2008). *La planificación de la comunicación empresarial*. (1ª ed.). Barcelona: Servei de Publicacions de la Universidad Autònoma de Barcelona
- Garelli & Pirella (2009), *Análisis de la efectividad del plan de comunicaciones internas 2008-2009 de la empresa Cines Unidos*". (Tesis Licenciatura). Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR7214.pdf>
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. (2ª ed.). Bolivia: Grupo editorial Design Comunicación Interna. (1ª ed.).(2007). España: Vértice

- Capriotti, P. (2009). Branding Corporativo fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. (1ª ed.). Chile: Business School Universidad Mayor
- Rodrigo, M. (2010). Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas. Barcelona: INO.
- Caldevilla, D. (2012) Manual de relaciones públicas. España: Visión Libros.
- Castro, G. (2012). Influencia de la comunicación interna en el mejoramiento de la Cultura organizacional de los trabajadores de la Municipalidad provincial del Santa". (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: <https://goo.gl/1ojUWJ>
- Fassio, A, Pascual, L., Suarez, F. (2006). Introducción a la metodología de la Investigación. (2da. Ed). Buenos Aires – Macchi
- Landeau, R. (2007). Elaboración de trabajos de investigación. (1ra. Ed). Venezuela: Alfa
- Sarabia, A. (1995). La teoría general de sistemas. (1ra. Ed). Madrid. Graficas marte.  
Recuperado de: <http://cort.as/y7ez>
- Pérez, S. (2013, agosto 22). Comunicación interna es indispensable en empresas. La Republica. Recuperado de <https://goo.gl/izffCP>
- Beceruelo, B. (2011). Comunicación interna en la empresa. Claves y desafíos. (1ra. Ed). España Wolters Kluwer.
- García, J (1998). La comunicación interna. España: ediciones Díaz de santos, S.A  
<https://goo.gl/ephM48>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. (5ta. Ed). México: Mc Graw Hill.

## VII. ANEXOS

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Mario Buenaventura Castillo Hilario, docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Escuela Profesional de Comunicación de la Universidad César Vallejo Lima Norte (precisar filial o sede), revisor(a) de la tesis titulada:

*Eficacia de las Funciones de la Comunicación Interna de la Oficina de Imagen Institucional en la Municipalidad de Puente Piedra, Semestre II, 2018.*

del (a) estudiante *Medina Chuica Víctor Cristhian*,

constato que la investigación tiene un índice de similitud de *23.3%* verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 11 de setiembre de 2019.



*Mario*

Firma

Mg. Mario Buenaventura Castillo Hilario

DNI: 20063201

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

"Eficacia de las funciones de la Comunicación Interna de la oficina de imagen institucional en la Municipalidad de Pacaso Piedra, semestre II, 2018"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR:

Victor Criethian Medina Chuica

ASESOR:

Mgr. SMITH CORRALES CÉSAR

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN



Resumen de coincidencias

23 %

Se están usando fuentes ocultas

Ver fuentes en inglés (beta)

Coincidencias:

1	aportando con el...	7%
2	Entregado a Universida...	5%
3	Empresarial...	1%
4	Entregado a Universida...	1%
5	www.direccioncomun...	1%
6	aportando con el...	1%
7	Entregado a UNIV DE L...	1%
8	Entregado a Universida...	1%
9	Entregado a Provincia...	<1%
10	datos con...	<1%
11	www.registroinmueva...	<1%



## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres : Medina Chirica Víctor Cristhian  
D.N.I. : 75663556  
Domicilio : Asa. Nikas las Flores MZ I lote 3  
Teléfono : Fijo : Móvil : 943757205  
E-mail : cristhianmedina.chirica@gmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado  
Facultad : Ciencias de la Comunicación  
Escuela : Ciencias de la Comunicación  
Carrera : Ciencias de la Comunicación  
Título : Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Tesis de Post Grado

Maestría

Grado : .....

Mención : .....

Doctorado

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Título de la tesis: Eficacia de la funciones de la Comunicación Interna de la oficina de Imagen Institucional en la Municipalidad de Rente Ríochas, Semestre II, 2018.

Año de publicación : 2018

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma : .....

Fecha:

11/09/2019





# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**  
CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE  
LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

**MEDINA CHUICA, VÍCTOR CRISTHIAN**

INFORME TITULADO:

**"EFICACIA DE LAS FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN  
INTERNA DE LA OFICINA DE IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA  
MUNICIPALIDAD DE PUENTE PIEDRA, SEMESTRE II, 2018"**

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

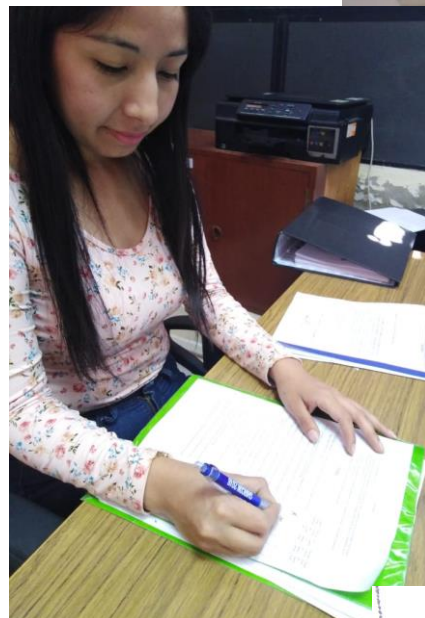
SUSTENTADO EN FECHA: 14 de diciembre de 2018.

NOTA O MENCIÓN: 11



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

# FOTOS



Cuestionario

Victor Cristhian Medina Chuica

El siguiente cuestionario fue elaborado con fines educativos y bajo la supervisión de la Universidad Cesar Vallejo. Tiene como propósito conocer la eficacia de las funciones de la comunicación interna hacia los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra.

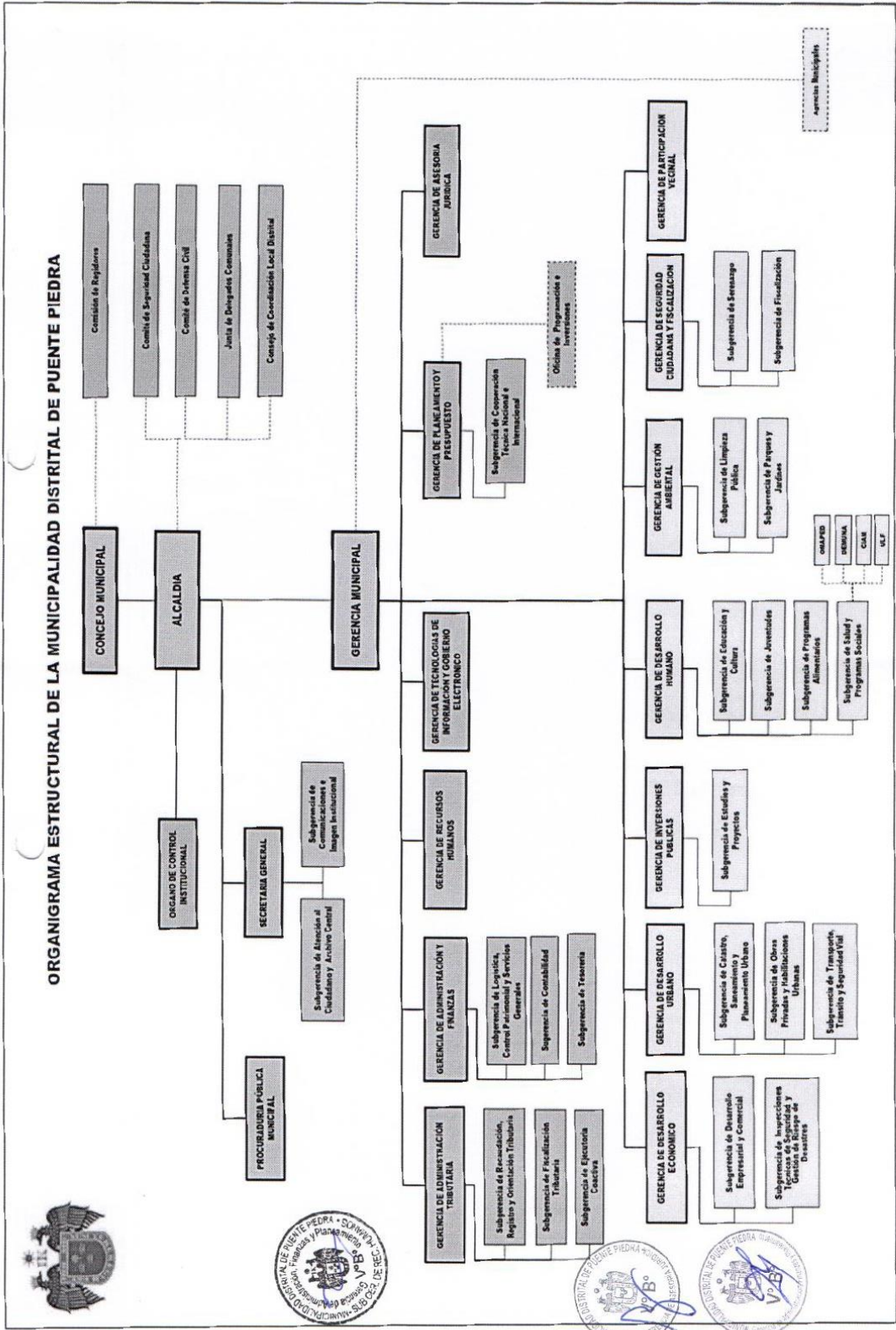
La encuesta le tomara alrededor de 10 minutos completarla, no hay respuestas correctas e incorrectas, únicamente interesa conocer su punto de vista.

Por favor, marque con un **X** la respuesta que considere más pertinente.

ITEMS	Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
La organización siempre realiza agasajos por días festivos para sus trabajadores.					
En la organización los eventos a realizar se dan de manera ordenada.					
En la organización las actividades de integración son productivas.					
Mis relaciones con el personal de Imagen Institucional se fortalecen por medio de la comunicación interpersonal.					
El área de Imagen Institucional comparte información de trabajo que facilite mi labor.					
Mis ideas son tomadas en cuenta para la realización de ciertos trabajos.					
¿Considera usted que los mensajes comunicacionales que envía el área de Imagen Institucional llega a tiempo al área donde trabaja?					
La organización realiza exitosamente reuniones para conocer inquietudes de sus trabajadores.					
La oficina de Imagen Institucional hace un uso adecuado de circulares en el momento adecuado.					
¿Considera usted que el área de Imagen Institucional aclara a los trabajadores acerca de los problemas internos como externos que sucede en la Municipalidad?					
Conozco cual es la misión y visión de la Municipalidad de Puente Piedra y me identifico con ella.					
Solicitar algún tipo de información al área de Imagen Institucional para realizar su trabajo es tedioso					
El trato que recibo por parte del personal de Imagen Institucional es justo.					
Permanecer en esta organización es un asunto tanto de necesidad como de sentido de pertenencia.					
Esta organización merece mi lealtad.					
Considera usted que tener un coaching organizacional o motivadores ayudaría a mejorar las relaciones interpersonales					
Considera importante que se realicen talleres de motivación para los trabajadores dentro de la Municipalidad.					
La Oficina de Imagen Institucional realiza exitosamente programas gratuitos para el personal entrenándolos para situaciones de crisis.					

## Matriz de Consistencia

<b>Título:</b> “Eficacia de las funciones de la Comunicación Interna de la oficina de Imagen Institucional en la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II, 2018 “					
<b>Autor:</b> Víctor Cristhian Junior Medina Chuica					
<b>Problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Variables e indicadores</b>			
<b>Problema General:</b> ¿Se desarrolla de manera eficaz las funciones de la Comunicación Interna desde la oficina de Imagen Institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II, 2018?	<b>Objetivo General:</b> Determinar la eficacia de las funciones de la Comunicación Interna desde la oficina de Imagen Institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II 2018	<b>Variable : Comunicación Interna</b>			
<b>Problema Especifico 1:</b> ¿Cuáles son las funciones integradoras de Comunicación Interna que emplea satisfactoriamente la oficina de Imagen Institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II 2018?	<b>Objetivo Especifico 1:</b> Determinar las funciones integradoras de Comunicación Interna que emplea satisfactoriamente la oficina de Imagen Institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II, 2018.	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de medición</b>
<b>Problema Especifico 2:</b> ¿Qué funciones informativas de Comunicación Interna utiliza de manera eficaz la oficina de Imagen institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II 2018?	<b>Objetivo Especifico 2:</b> Determinar la eficacia de las funciones informativas de Comunicación Interna de la oficina de Imagen institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II, 2018.	<b>Función Integradora</b>	- Organizar eventos  -Comunicación Interpersonal	1, 2 , 3  4, 5 , 6	1 totalmente en desacuerdo 2 parcialmente en desacuerdo 3 ni de acuerdo ni desacuerdo 4 parcialmente de acuerdo 5 totalmente de acuerdo
<b>Problema Especifico 3:</b> ¿Cuáles son las funciones motivadores de Comunicación Interna que utiliza eficazmente la oficina de Imagen institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II 2018?	<b>Objetivo Especifico 3:</b> Determinar la eficacia de las funciones preventivas de Comunicación Interna de la oficina de Imagen institucional en los trabajadores de la Municipalidad de Puente Piedra, semestre II, 2018.	<b>Función Informativa</b>	- Herramientas Comunicativas  - Comunicación Institucional	7, 8 , 9  10, 11 ,12	1 totalmente en desacuerdo 2 parcialmente en desacuerdo 3 ni de acuerdo ni desacuerdo 4 parcialmente de acuerdo 5 totalmente de acuerdo
		<b>Función Motivadora</b>	- Comunicación Intrapersonal  - Estrategias de Motivación	13, 14, 15  16, 17, 18	1 totalmente en desacuerdo 2 parcialmente en desacuerdo 3 ni de acuerdo ni desacuerdo 4 parcialmente de acuerdo 5 totalmente de acuerdo



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: BECARRA QUINTERO / Jorge Luis

Título y/o Grado: \_\_\_\_\_

Ph. D.....( ) Doctor.....( ) Magister.....(✓) Licenciado.....( ) Otros Especifique \_\_\_\_\_

Universidad que labora: FRAN / USIL

Fecha: 09/10/2018

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

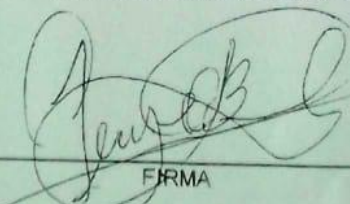
Eficacia de las funciones de la Comunicación Interna de la oficina de Imagen Institucional en la  
Municipalidad de Puente Piedra, semestre II, 2018

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	✓		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	✓		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL		11		

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

NOMBRE Y APELLIDOS: \_\_\_\_\_

  
 \_\_\_\_\_  
 FIRMA

### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Vicente Pineda

Título y/o Grado: Licenciado y Bachiller en Ciencias de la Comunicación

Ph. D.....( ) Doctor.....( ) Magister....( ) Licenciado....(✓) Otros. Especifique

Universidad que labora: U.N. José F. Rodríguez Surobrío, Cienfuegos

Fecha:

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Eficacia de las funciones de la Comunicación Interna de la oficina de Imagen Institucional en la  
Municipalidad de Puente Piedra, semestre II, 2018

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	✓		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	✓		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		✓	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

NOMBRE Y APELLIDOS:

*[Handwritten signature]*

### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: José P. Macocho

Título y/o Grado: \_\_\_\_\_

Ph. D.....( ) Doctor.....( ) Magister....(X) Licenciado.....( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: UPN

Fecha: \_\_\_\_\_

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

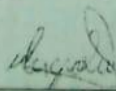
Eficacia de las funciones de la Comunicación Interna de la oficina de Imagen Institucional en la  
Municipalidad de Puente Piedra, semestre II, 2018

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	/		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	/		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	/		por que los datos requeridos
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	/		
TOTAL		11	0	

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

NOMBRE Y APELLIDOS: \_\_\_\_\_



FIRMA