



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA

Impacto de gestión del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los
servidores del Proyecto Especial Chira Piura

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Gestión Pública

AUTOR:

Br. Oswaldo Eulogio Talavera García (ORCID: 0000-0003-3979-7312)

ASESOR:

Dr. Juan José Saavedra Olivos (ORCID: 0000-0001-8191-8988)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Reforma y Modernización del Estado

PIURA – PERÚ

2020

DEDICATORIA

Siempre dedico todo mi esfuerzo a Dios, a mis padres que me dieron y enseñaron todo para lograr mis objetivos, mi esposa, mis hijos y nietos, que me inspiran en todo momento en este corto caminar de la hermosa vida, pero siempre con la esperanza de ser parte de la inspiración de ellos y que emulen el amor, humildad, caridad y honradez, de mis lindos padres que tanto amo.

AGRADECIMIENTO

Infinito mi agradecimiento por el amor y confianza de mis padres, esposa, hijos, nietos y mi familia entera, los amigos entrañables y especiales que encontré y cultive por donde me tocó estar en el trajinar de mi vida.

Agradezco a mis profesores por brindarnos sus enseñanzas, por su motivación y por su apoyo. Asimismo, a mi alma mater Universidad César Vallejo por esta gran oportunidad de realizarme y desarrollarme como Gestor Público.

Un agradecimiento especial a los señores del jurado, por su participación en este acto con el cual culmina mi formación académica.

ÍNDICE

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	III
Agradecimiento	III
Índice	VI
RESUMEN	VII
ABSTRACT	VIII
I. INTRODUCCIÓN	9
II. MÉTODO.....	21
2.1. Diseño de Investigación	21
2.2. Operacionalización de la Variable	21
2.3. Población y Muestra.....	23
2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	23
2.5. Métodos de Análisis de Datos.....	24
2.6. Aspectos Éticos	25
III. RESULTADOS	27
IV. RESULTADOS DEL FOCUS GROUP	30
V. DISCUSIÓN.....	41
VI. CONCLUSIONES.....	44
VII. RECOMENDACIONES	46
REFERENCIAS	48
ANEXOS	51
Anexo N° 01: Instrumento del Focos Group.....	52
Anexo N° 02: Autorización para la Aplicación del Instrumento Focus Group en los Servidores del PECHP.....	53
Anexo 03: Juicio de Expertos para la Validez de Contenido del Instrumento del Focus Group.....	55

RESUMEN

El presente estudio ha tenido como objetivo fundamental conocer el impacto de gestión del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores del Proyecto Especial Chira Piura. El diseño elegido para esta investigación es cualitativo de tipo exploratorio. . Asimismo, la población objeto de estudio la conformaron los servidores del Proyecto Especial Chira Piura; de la cual se extrajo una muestra conformada por 10 servidores cuyas edades oscilan entre 40 y 60 años. Finalmente, se concluyó que, efectivamente, existe un impacto positivo previsto y no previsto de gestión del área de Imagen Institucional en la satisfacción personal de los colaboradores del Proyecto Chira Piura.

Palabras claves: Imagen Institucional, satisfacción laboral, servidores.

ABSTRACT

The present study has had as fundamental objective to know the impact of the management of the institutional image area in the job satisfaction of the Chira Piura Special Project servers. The design chosen for this research is qualitative of exploratory type. . Likewise, the population under study was formed by the servers of the Chira Piura Special Project; from which a sample consisting of 10 servers whose ages range between 40 and 60 years was extracted. Finally, it was concluded that, indeed, that there is an expected and unintended positive impact of the management of the Institutional Image area on the personal satisfaction of the Chira Piura Project servers.

Keywords: *Institutional image, job satisfaction, servers.*

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día la satisfacción laboral, los niveles de productividad, el nivel de identificación como colaborador dentro de una organización, son temas transversales y polémicos en el Perú y el mundo entero. Según un estudio de Stanford, el 60% de empleados se enferma de estrés. En Estados Unidos, el estrés laboral puede causar 120,000 muertes cada año. El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2018), emitió un informe indicando que durante el año 2018, se registraron huelgas por parte de los colaboradores enmarcados a la actividad en el sector privado a nivel nacional fue de 54, comprendiendo 21 495 colaboradores y esto a su vez enero que se perdieran 738864 horas – hombre. Así mismo el informe emitido determina las causas que intervienen en que los colaboradores presenten quejas ante las empresas en las que trabajan entre ellas sobresalió negociaciones colectivas (solución integral del pliego de reclamos) registró 26 huelgas (48.15%), comprendió 12 486 trabajadores (58.09%) y generó 428 320 horas - hombre perdidas (57.97%), como segundo lugar, la causa fue incumplimiento de normas legales y/o convencionales (incumplimiento en el pago de sueldos, bonificaciones, utilidades, escolaridad , alimentación y movilidad, exceso de contaminación, otros); registró 14 huelgas (25.93%), comprendió a 2 867 trabajadores (13.34%) y generó 191 692 horas - hombre perdidas (25.94%) y en tercer lugar, la causa despido-amenaza de despido (reposición de delegados, dirigentes despedidos, actos de hostilizaciones, dejar sin efecto los actos de tercerizaciones, otros), registró 10 huelgas (18.52%), 3 260 trabajadores comprendidos (15.17%) y generó 44 616 horas hombre perdidas (6.04%). Por último, la causa otros motivos (escala salarial, amenaza de privatización de los servicios, actos de corrupción, falta de inversión en infraestructura, equipos, medicamentos, otros) registró 4 huelgas (7.41%), comprendió a 2 883 trabajadores (13.41%) y generó 74 236 horas - hombre perdidas (10.05%).

Por otro lado a nivel nacional, según Grupo Adecco The Adecco Group (2019), un 13% de peruanos que se ausentaron a su trabajo dieron falsos pretextos, siendo las verdaderas causas, por asistir a una entrevista laboral (30.8%), por no sentirse motivados con su trabajo (30.8%) y el tercer motivo fue por la presencia de un jefe poco flexible (26.34%).

Realizando una búsqueda el Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo, ha venido identificando la cantidad de huelgas de los trabajadores, revelando que en el 2009

se, manifestaron 99 huelgas, más del doble que en el año 2016 que tuvo un total de 41 huelgas, con un total de 3 084 056 de horas perdidas.

Aunque no se han encontrado datos de proyección ante dicha problemática, sin embargo, en la presente investigación teniendo en cuenta los argumentos antes señalados que, si la problemática continúa así, los niveles de insatisfacción laboral podrán traer consecuencias negativas para el desarrollo de las organizaciones.

Hablar de Satisfacción Laboral tenemos a las siguientes investigaciones Castro (2016) inició una investigación con el objetivo de detectar si existe o no, una relación entre la imagen institucional y la satisfacción laboral en un grupo de trabajadores de Lima Metropolitana, con diseño descriptiva correlacional, utilizando la “Escala Imagen Marca Institucional” (EIC) y el “Cuestionario de Satisfacción Laboral S21/26”, donde evaluó 150 colaboradores de ambos sexos, concluyó que la imagen institucional mantiene una relación de manera positiva y significativa con la satisfacción laboral. Asimismo, tenemos a Gutiérrez (2018) el objetivo de la investigación fue hallar la relación que existe entre la imagen institucional y la satisfacción del usuario judicial de la Corte Superior de Justicia, de diseño no experimental, correlación y transversal, se trabajó con una encuesta en escala de Likert aplicada a una muestra un total de 170 personas y se determinó que la variable imagen institucional y la variable satisfacción del usuario judicial, tiene un grado de correlación positiva muy fuerte. Años más tarde tenemos a Biagginni y Mendoza (2005), que planteó objetivo de la investigación fue establecer si existe relación con la identidad organizacional, satisfacción laboral y compromiso organizacional, a través de un análisis de regresiones múltiples entre variables exógenas y las variables endógenas, la medición de variables fue realizada a través de cuestionario de auto-reporte, los resultados obtenidos confirman correlaciones positivas y significativas entre las variables en mención.

Tenemos muchas teorías respecto al tema de identidad, la principal noción de identidad, entre sus múltiples perspectivas, es su ubicuidad, término empleado con una amplia apertura en diferentes contextos, investigado por la literatura académica como práctica, asimismo atribuido y relacionado en diferentes campos de estudio (Balmer, 2008). En base a la amplia noción de lo que es identidad, surgieron un conjunto de conceptos interrelacionados –muchas veces mal definidos y con una adecuada

delimitación–, términos como: identidad corporativa, identidad de marca, identidad organizacional, identidad visual o identidad de negocio.

Balmer, por lo contrario, realizó un intento que abarcaría las nociones de identidad; pues emplea la “identidad de negocio” como un término de abanico que abarca: identidad visual, identidad organizacional e identidad institucional. En otro aspecto la identidad visual, es la plasmación gráfica de la imagen corporativa o institucional, representada por símbolos y señales como marcas, logotipos, decoración, estilo corporativo, vestuario del personal, etc. Mientras que, la identidad organizacional (uno de los principales términos empleados dentro del área de comportamiento organizacional) prevalece un consenso notorio sobre su definición y delimitación, a partir de la influyente definición manifestada por Albert y Whetten (1985) como aquello que los colaboradores perciben como lo central, distintivo y permanente en la organización. Es decir, el término es empleado para designar aquello que los miembros formales de la organización piensan y sienten respecto a ella, lo que se proviene de su percepción individual, de los atributos centrales, distintivos y duraderos que la caracterizan (Dutton y Dukerich 1991).

Costa (1977) plantea como imagen institucional a que es el conglomerado de signos visuales que de forma coordinada, genera medios los cuales por los cuales las personas reconocen de forma inmediata y memorizan a una entidad o un grupo como institución. De esta forma para Costa, los signos son el nombre, la marca y los colores que logran que la organización o empresa sea reconocida por agentes externos a ella, por medio de la repetición constante, una imagen y distinción en la memoria del mercado o del público externo. Asimismo, el término de identidad corporativa, permite que se identifique y diferencie las marcas en relación a sus grupos de interés, al igual que lo realiza la identidad de las personas o agentes externos. Albert y Whetten (1985), destacados autores en este ámbito, sustentan que la identidad se basa en atributos centrales, distintivos y duraderos que concretan a la organización de forma prolongada en el tiempo. No solamente representa el “significado de la empresa”, sino también “lo que la empresa realiza, lo que en un futuro quiere lograr ser y lo que representa de forma significativa en la sociedad”. Años después según Alvesson (1990), a imagen institucional es una visión holística que un agente o agentes externos tiene hacia una empresa, asimismo lo que la empresa tiene proyectada por sí misma y la comunicación que emplea para manifestarse en sociedad. Mientras que Dutton y Dukerich (1991)

definen la imagen organizacional como la forma en que los colaboradores de una organización creen que las demás personas ven a su organización. De otra forma, es necesario señalar que en la indagación del concepto de identidad corporativa se han incorporado diferentes conceptualizaciones, tales como imagen institucional, marca, reputación, logotipo, identidad cultural, nociones que, aunque estas tengan una leve relación, en sí cada una tiene un significado diferente y sobretodo independiente.

Desde la perspectiva de los autores, Pérez & Rodríguez del Bosque, manifiestan la presencia de una visión lógica e unificadora de conceptos, donde según los autores, la identidad corporativa reflejaría la perspectiva cultural, la realidad cultural, la identidad organizacional, el perspectiva de la identidad organizacional colectiva, pensamiento estratégico, la cultura organizacional, y la comunicación verbal de la empresa (Pérez y Rodríguez del Bosque, 2014).

Por su parte Suvatjis y Chernatony (2004) elaboran una lista de dimensiones de identidad institucional:

- Cultura organizacional: son los valores y las normas que dentro de la organización, los miembros compartes, siendo reflejo de su propia trayectoria.
- Estructura formal de la empresa: (centrada, descentraliza), abarca un abanico de productos y/o marcas que la empresa mantiene.
- Estrategia: dirección y métodos de una empresa que abordara a lo largo del tiempo en función a los recursos que tenga del entorno.
- Comportamiento: Hace referencia al conjunto de acciones ya sean de forma controlada o no, que las realiza la organización o sus colaboradores.
- Comunicación: es la manera en que la organización trasmite contenido informático sobre sí misma y a su vez actividades que puedan realizar por medio de diferentes canales.
- Identidad visual: contenidos visuales relacionados a la organización por medio de sus elementos corporativos, estética y estilo. La gestión de esos elementos ofrece una amplia cantidad de beneficios para las organizaciones. Por ejemplo, la comunicación comercial tiene una influencia positiva en las organizaciones sobre la marca corporativa logrando almacenarlas en la mente de los consumidores y, por ende, en su propia reputación

empresarial (Markwick y Fill, 1997). Respecto a los colaboradores, una identidad muy integrada se forma en base motivación, logrando espacios que generen vínculos afectivos y sentimentales por parte del colaborador que trabaja dentro de la empresa, se llegue a identificar con la compañía que, logrando potenciar la firmeza y consistencia de un miembro identificado.

Por otro lado sabemos que actualmente, la imagen institucional adquiere un papel muy importante, creando valor en la empresa que establece estratégicamente un activo intangible. Para cubrir la presencia de una imagen corporativa con el público lograra que la empresa: ocupe en la mente de la sociedad un espacio, esto significa estar presente en ellos.

Según Markwick y Fil (1997), menciona que existen condiciones para que el público elija una empresa, y estas son:

- Facilitar la diferencia entre la compañía de la organización competidora, formando un perfil de identidad diferenciado de forma propia, creando valor agregado en el público. La empresa debe estar presente para el público inclusive en sus decisiones, pues garantizará el éxito de la compañía, para lograr que el que el público elija dicha compañía, o aunque sea resuene para ellos, no sea la única condición. La segunda condición es generar en los agentes externos, que la consideren como una alternativa diferente y válida a diferencia de otras organizaciones.
- Disminuir todo tipo de influencia por parte de los factores situaciones en la decisión de compra y así disponer en las personas información adicional sobre la organización. La existencia de la imagen institucional a permitirá que todas las personas tengan una referencia previa y éstas podrán asentar sobre sus decisiones. Con lo mencionado las empresas consolidadas podrán utilizar el impacto, en la influencia en las decisiones sobre la compra ya sean si fue de gorma individual o social.
- Operar como factor durante el proceso de negociación entre distribuidor y fabricante. Los procesos de decisión de compra se originan por variables coyunturales o situacionales, donde se establecerán las ventas será el inicio de muchas de ellas y por lo tanto el distribuidor tendrá una cuota alta de poder en su relación con el fabricante.

Si, por el contrario la decisión en el momento de compra, se verá fuertemente influida por dos variables previas a la situación de compra (como puede ser la imagen

corporativa), coyuntura disminuirá, la influencia de las personas tenderán a elegir los productos. Al basar su elección el fabricante tendrá el poder de negociación en su relación con el distribuidor, ya que la gente elegirá un producto servicio en cualquier punto de venta.

- Lograr vender mejor. Una organización que tiene una excelente imagen institucional podrá vender sus productos o servicios, ya que seguramente podrá colocar precios más altos en relación con otros similares. Esto se debe porque la gente estaría dispuesta a pagar un plus de marca, porque la imagen institucional sería una garantía de calidad frente a los demás productos o servicios.
- Atraer mejores inversores. Una buena imagen institucional permitirá que los inversores estén sumamente interesados en participar en la empresa aportando capital.
- Conseguir mejores trabajadores. Una empresa que tenga una excelente imagen será mucho más apetecible para laborar, lo cual le permitirá a la compañía la contratación del personal más adecuadas en función de su perfil profesional.

A razón de lo mencionado se encuentra necesario impartir una reflexión sobre la Imagen Institucional (Capriotti, 1999).

La Gestión Estratégica de la Imagen Institucional, cuenta con motivos que intervienen para determinar la gestión de la identidad dentro de una corporación pueden ser heterogéneos, aunque siempre respondan a cambios externos e internos (Dhalla, 2007). Por ejemplo, las marcas y productos, stakeholders a los cuales se dirige la empresa, los mencionados condicionan de manera directa en cómo la empresa gestiona su identidad corporativa. (Mitki, Herstein, & Jaffe, 2007). Asimismo, todos los procesos de internacionalización, adquisiciones, adquisiciones o fusiones generan una disparidad en cuestión de imágenes o identidades que necesitan posteriormente coordinarse. (Melewar, 2003)

Además, prevalece importantes barreras que dificultan el proceso de gestión de la identidad corporativa, ya que muchas veces están relacionados con problemas de falta de implicación del personal o de comunicación (Mitki, Herstein, & Jaffe, 2007).

La gestión de identidad corporativa y su conceptualización, supone un mero elemento visual o la modificación en su logotipo. Los variados modelos de gestión encaminan a una parte visible o externa, así como la parte no visible o interna desde el

exterior. Si bien no existe unanimidad, sobre todos los elementos que integran la identidad corporativa, es preciso identificar seis aspectos: Cultura organizacional, Estructura, Estrategia, Comportamiento, Comunicación, Identidad visual (Melewar, 2003). Con lo mencionado es posible afirmar que la gestión de identidad implica no sólo como se presenta la organización con el exterior, sino cómo es la realidad, el comportamiento del entorno y el tipo de comunicación externa e interna.

Asimismo encontramos muchas definiciones sobre satisfacción laboral. El siglo anterior, Taylor (1911), realizó un eminente estudio sobre los trabajadores de la Bethlehem Steel Company, definió que las ganancias del laburo experto, la apreciación, la promoción, las oportunidades de progreso y el pago de los servicios estaba relacionada con la satisfacción laboral. Otro de los estudios importantes usados para el analizar la satisfacción laboral fueron los Hawthorne Studies (1924-1933) elaborado por Elton Mayo de la Harvard Business School, en la investigación se apreció que los causas de distintas condiciones, principalmente la iluminación afectaba negativa o positivamente a los trabajadores en su productividad. Estos estudios demostraron que realizar modificaciones en las condiciones de trabajo aumentaría la producción de los colaboradores. Años después se reveló que el incremento no era mejores o nuevas condiciones, sino que por parte de los trabajadores existía el conocimiento que estaban siendo monitoreados. De estos hallazgos Elton Mayo (1945) afirmó que la relación entre el individuo – grupo, era el determinante primordial de la satisfacción laboral, situándose arriba de diferentes variables que influían como: la estima, la seguridad, la motivación intrínseca, la afiliación y los logros.

Estos nuevos conocimientos descubiertos aportaron evidencias importantes, ejemplo que los colaboradores no sólo trabajan por la paga, esto abrió sendero a que los investigadores trabajen para descubrir que existen aún diversos factores que influirán en general a la satisfacción dentro de una organización (Bruce, 2011). La teoría de la realización de necesidades de Schaffer (1953), afirma que el término de satisfacción laboral, cambiará en razón a si las necesidades de la persona puedan o no ser satisfechas dentro de un trabajo. Ya por 1950, Maslow en una de sus aportaciones a la psicología, propone una jerarquización de las necesidades que el hombre tiene, y que se ven influidas en la satisfacción, tenemos a las necesidades fisiológicas, de seguridad, afiliación, estima y autorrealización en el orden mencionado (Chapman, 2019). A fines de la misma década, Herzberg junto a otros investigadores propusieron la teoría de satisfacción y la

interrelación con el trabajo de Maslow, como resultado se determinó que no todos los niveles de la pirámide influyen o no con la satisfacción, las necesidades más elementales cuenta, debido que previenen la insatisfacción y según Herzberg sería un factor de higiene, mientras que los más elevados si satisfacen cuando se consiguen (Herzberg, Musner y Snyderman, 1959).

Para Porter y Lawler (1968), considera que existen internamente aspecto dentro de un empresa, estos son: sentimientos de logro y control, autoestima y dependencia, estos a su vez están fuertemente relacionados al nivel de satisfacción dentro de una empresa que perciben los trabajadores, también existen aspectos externos que pueden llegar a interferir el nivel de satisfacción, como es el salario, el entorno, inclusive la promoción.

Dicha teoría fue propuesta al detectar diversas variables que interfieren para detectar el nivel de satisfacción de los colaboradores de la empresa, ya sea la creatividad, oportunidad de evidenciar las habilidades y competencias, las actividades actuales, independencia, estabilidad, contribución a la sociedad, estatus, seguridad, logros y también las responsabilidades, a su vez la parte moral ética y de los valores; y por la presencia de factores externo a ello vinculado con el contenido del trabajo, como lo es la recompensa y los premios obtenidos, la existencia de poder promover el puesto, la políticas de la empresa, y el tipo de relaciones interpersonales.

A razón de esos años, se planteó la teoría de las expectativas, por Locke (1968) la cual propone que para que una persona este y se sienta satisfecho o no, depende sí o sí de su estado emocional, pues este debe ser placentero y éste se aproxime a sus propósitos. A su vez responder al nivel de percepción subjetiva de la gama de experiencias del trabajador o de la propia respuesta que este trabajador le brinda a su centro de trabajo (Locke, 1976). En relación a esto, Fleisman y Bass (1979) son autores que afirman que la satisfacción laboral es el resultado o se da a consecuencia del proceso de experiencia del colaborador que percibe dentro de la organización, en relación con los valores.

Posterior a ello, Winert (1985) realizó estudios y tuvo como conclusión que la terminología de satisfacción laboral puede definirse desde el punto de inicio que tiene los colaboradores en razón a la valoración que poseen sobre los aspectos de la empresa a nivel procesual y estructural, otros autores Beehr, Wagner y Libkuman, (2005)

establecen el modelo de Cornell, en sus estudios proponen que la satisfacción laboral es el efecto de la comparación entre la situación laboral actual con los niveles de adaptación personal sobre lo que el colaborador anhelaba de su puesto de trabajo, teniendo ello un significativo en la satisfacción laboral (Perez, 2011). Mientras que Lawler (1973) inicia investigando sobre la relación existe entre la realidad y la expectativa y lo que produce ello en el colaborador sea satisfacción o insatisfacción laboral, con otros términos, detalla que las variables antes comentadas, dependerán de la comparación de la recompensa o logros que es recibida por el nivel de productividad y rendimiento en el trabajo y la que el sujeto considera adecuada a cambio de éste. Asimismo Lawler comenta que según la jerarquía que el colaborador tenga en razón a su pues, ya sea más elevado o cuando tenga un incremento de educación, habilidad supone la mayor recompensa que deba recibir; definiéndolo sería que, mientras más dependientes son los colaboradores, en cuanto a su retribución para lograr satisfacerse las necesidades que existen, mayor está afectado el nivel de satisfacción en base a su remuneración económico por el consto de su vida.

Por otro lado, existe medidas de satisfacción laboral, donde Harpaz (1983) propone dos tipos de métodos, el directo e indirecto. El método directo, propone utilizar herramientas de cuestionario, instrumentos con el cual los especialistas recogerán la información de los colaboradores en aspectos de actitudes que tienen. Los trabajadores resolverán dichas herramientas marcando alternativas, ofreciéndoles la escala de acotación. En los métodos indirectos, logra permitir minimizar alguna posible desviación de información, ayudando a obtener la información certera por parte de cada trabajar, evidenciando sus verdaderas actitudes de los mencionados. (Peiró, Prieto, y Roe, 1996). Sin embargo, este método presenta ciertas desventajas, pues dificultan las subjetividades de las interpretaciones y llega a dificultar al momento de cuantificar las respuestas.

Por otro lado, las manifestaciones de insatisfacción laboral, se dan por la disconformidad que sienten los colaboradores que se encuentran trabajando, se presentan en diferentes formas y niveles. Según Robbins (199), se tiene que diferenciar cierta terminología. Primero, el Abandono, es el acto de que una persona que está laborando en una empresa o institución sale en busca de otro empleo renunciando al anterior. La expresión, es el acto de un colaborador en proporcionar críticas de forma constructiva, sugerencias analizan la problemática, todo ello es favor en la organización. Luego tenemos a la Lealtad, según el autor es el indicador en los colaboradores tienen

cuando existe alguna situación difícil en la empresa, lo cual lo perciben con optimismo y pasivamente; esto incluye su identificación de ellos, al querer defender la organización frente a críticas sociales externas. Luego tenemos el término Negligencia, donde menciona que es la acción pasiva frente a situaciones problemas, en donde mantienen una postura de retraso, disminuyen los esfuerzos y se eleva el porcentaje de equivocaciones.

Según Robbins (1999) los términos conducta negligente y el abandono, si tienen una influencia significativa con los trabajadores, ya sea en su productividad, en las ausencias de tales. Cada colaborador de la empresa, si posee variables como conductas constructivas y/o lealtad, están servirán como un plus en ellos y les permitirá manejar situaciones no agradables con la suficiente tolerancia y de manera satisfactoria.

Asimismo reconocemos que la Oficina de Imagen Institucional es la que desarrolla diversas actividades que implican difundir las intervenciones en sí del Proyecto Especial Chira Piura mediante medios de información social. Las funciones a cargo de Imagen Institucional dentro del Proyecto son la formulación, implementación y propuesta de estrategias o lineamientos de comunicación; difusión de información del cronograma de actividades a los medios de información social y difundirlos en la página web o en las redes sociales de PECHP, como también coordinar las acciones que implican; establecer un apoyo a la gerencia y los directores en comunicación de actividades y el proceso de ellas; proponer diversas estrategias de comunicación e Imagen Institucional dentro del PECHP, sus organismos adscritos y por parte del Gobierno Regional; realiza funciones asignadas por la Gerencia General que cumplan con su ámbito de competencia; entre otros.

En base a las Relaciones Públicas, tenemos a Martini (1998) hace mención que son el resultado estratégico de acciones de comunicación, las cuales deben ser coordinadas y mantenidas en el tiempo. Cuyo objetivo es generar o fortalecer la vinculación con el diverso público, asimismo escucharlos, informarlos y persuadirlos para conseguir su apoyo, aceptación y consenso de diversas acciones ya procesadas o en proceso. Mientras que Scott y Conter (1999) revelan que Relaciones Públicas llega a influenciar la decisión y opinión por medio del adecuado carácter y con la ayuda de una ejecución responsable, por medio de la comunicación de más de una dirección que logre su satisfacción. Finalmente, Barquero (2005) hace referencia que las Relaciones Públicas

está en función a la dirección de la empresa, asimismo tiene como directriz potencializar, mantener, organizar o recuperar al público que dependa de la empresa para lograr el éxito.

Finalmente se debe conocer al Proyecto Especial Chira Piura, pues es un organismo descentralizado a cargo del Gobierno Regional de Piura y abarca una unidad en ejecución la cual se maneja con autonomía técnica, económica, financiera y administrativa. Su espacio de jurisdicción abarca los territorios de las cuencas hidrográficas de los ríos Chira y Piura. El PECHP, es operante de infraestructura hidráulica mayor Chira Piura - clase A, gracias al Título Habilitante otorgado por la Autoridad Nacional del Agua - ANA, mediante resolución N° 562-2013-ANA, con el cual tiene la responsabilidad de almacén de recursos hídricos existentes, derivación, riego, operación y mantenimiento de la infraestructura hidráulica principal, para poder aprovechar e incrementar la producción y productividad agrícola. Como todos los proyectos especiales en Perú, se crearon para apoyar al desarrollo del sector agrícola, especialmente a los pequeños y medianos agricultores, que son los que se fortalecen de la capacitación que le otorguen los profesionales, técnicos y especialistas de los diferentes proyectos a nivel nacional, que como resultado de ello se logre el crecimiento equitativo y tener importantes empresas agroindustriales con productos de exportación, para lo cual es importante la formación de alianzas de los agricultores para fortalecer los negocios o empresas.

Es la función de los Proyectos Especiales hidráulicos o Hidro-energéticos, de facilitarles el acceso al agua que es el elemento más importante para un desarrollo sostenible de la agricultura, de igual modo ser un proyecto sostenible y con ingresos propios para reinvertir en la infraestructura hidráulica y así atender a todos los pequeños, medianos y agro exportadores en toda su zona de influencia con eficiencia.

Bajo la problemática antes referida nace la necesidad de investigar acerca de los indicadores que influyen en la satisfacción laboral, nivel de rotación, ausentismos en el trabajo y las huelgas. En tal sentido se plantea la interrogante: ¿Cuál es el impacto la gestión del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores del Proyecto Especial Chira Piura?

Este trabajo se justifica teóricamente debido a que sus resultados permitirán entender las características teóricas en lo referente a la imagen institucional y

satisfacción laboral permitiendo entender y consolidar la información orientado a la población en estudio. Así también se justifica metodológicamente ya que los resultados permitirán proponer estrategias de fortalecimiento y recuperación de la imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores del Proyecto Especial Chira Piura. Desde la justificación práctica esta investigación se argumenta ya que frente a la insatisfacción por parte de los servidores del Proyecto Especial Chira Piura permitirá caracterizar el impacto y concientizar a las autoridades respecto a la labor que cumple el área de imagen institucional y con ello tomar decisiones de mejora en sus procesos de intervención.

Asimismo tiene objetivo general es identificar el impacto de la gestión del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores del Proyecto Especial Chira Piura.

Dentro de los específicos de la investigación, se consideró

- Conocer las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual.
- Conocer las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual.
- Conocer las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual.
- Conocer las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual.
- Conocer las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual.
- Conocer las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual.
- Evaluar lo positiva y negativo desde lo previsto y no previsto de la gestión del área de Imagen Institucional.
- Conocer el análisis triangular del área de Imagen Institucional según la entrevista a cinco sujetos.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

En la presente investigación, se trabajó bajo un enfoque cualitativo, y se elaboró bajo un diseño exploratorio. En la investigación exploratoria se estudian qué variables o factores podrían estar relacionados con el fenómeno en cuestión, y termina cuando uno ya tiene una idea de las variables que juzga relevantes, es decir, cuando ya conoce bien el tema (Cazau, P. 2016). De esta forma, se brindara conocimiento sobre temas importantes, los cuales han sido poco estudiados y que a futuro contribuirá a otros estudios.

2.2. Operacionalización de la Variable

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Impacto de la gestión de imagen institucional en la satisfacción laboral	Característica positiva y negativa en función a lo esperado y no esperado de la gestión del área de imagen institucional en servidores para que mantengan un grado de conformidad alto respecto a su entorno y condiciones de trabajo. (Pérez y Rodríguez del Bosque, 2014) (Suvatjis y Chernatony, 2004) (Robbins, 1999).	El análisis del impacto se realiza por medio de conocer la característica positiva y negativa en función a lo esperado y no esperado de la gestión del área de imagen institucional.	<ul style="list-style-type: none"> • Características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual. • Características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual. • Características positivas del área de imagen 	Nominal

			<p>institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual. • Características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual. • Características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual. 	
--	--	--	---	--

			<ul style="list-style-type: none"> • Positiva y negativo desde lo previsto y no previsto de la gestión del área de Imagen 	
--	--	--	--	--

2.3. Población y muestra

2.3.1 Población

La población objeto de estudio la conformaron todos los servidores del Proyecto Especial Chira Piura hacen un total de 106 personas.

2.3.2 Muestra

La muestra está constituida por 05 servidores del Proyecto Especial Chira Piura. Así también la muestra es de tipo No probabilístico, por criterio. Entre los criterios se tuvo en cuenta:

Criterio de Inclusión:

- Trabajadores con más de 6 años de experiencia en el proyecto Chira, Piura.
- Tenga conocimiento de los procesos administrativos de la gestión anterior y gestión actual.

Criterio de Inclusión:

- Indiferentes a los procesos administrativos de gestión del proyecto Chira, Piura
- Servidores con rotación frecuente de áreas de puesto.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

TECNICA: Entrevista

INSTRUMENTO: Focus group

El instrumento focus group, forma parte de una técnica de investigación de enfoque cualitativo, la cual es empleada en distintos ámbitos dentro de la investigación, siendo la indicada según los objetivos de la presente investigación.

El focus group se realizó en el auditorio de la Dirección de Operación y Mantenimiento (DOM), con una capacidad de 30 personas, cuenta con carpetas unipersonales pizarra acrílica, cañón multimedia, laptop aire acondicionado escritorio para comodidad durante el desarrollo de la actividad.

El clima de trabajo fue agradable; los participantes fueron los servidores seleccionados y el investigador; es importante señalar que no hubo dificultad al interactuar con los servidores, pues todos ellos se caracterizaron por tener adecuadas habilidades sociales y se encontraron dispuestos a colaborar desde el inicio.

Todos los servidores tienen como lengua materna el castellano, se expresaban oralmente. Su vestimenta fue ropa formal, lo que involucra, su uniforme con un pantalón beige camisa blanca o celeste.

2.5. Métodos de análisis de datos

La recolección de datos, tiene como finalidad filtrar la información valiosa acerca del potencial de un concepto, recaudada de las personas consultadas en dichos grupos focales realizados de forma objetiva y sistemática. Es por ello que se acudió análisis de manera cualitativa como principal técnica dentro de la presente investigación. Según la definición propuesta por Krippendorff (1980), esta técnica de investigación sirve para “hacer inferencias reproducibles y válidas de los datos al contexto de los mismos”.

Al iniciar, se pasó por la etapa de identificación, la cual sirvió para que el investigador conociera y se familiarice acerca de los datos recolectados e investigados. Previo a ello, realizó diversas lecturas a las notas, apuntes del grupo focal, asimismo la revisión de las cintas de videográficas. La grabación, permitió detectar la expresión, sentimiento y la comunicación no verbal, la cual no se puede determinar solo por las palabras emitidas por los participantes. Posterior a la lectura profunda y rigurosa, el investigador empezó con la siguiente etapa de codificación, la cual consiste en identificar palabras, frases o párrafos significantes en relación a los objetivos que plantea la presente investigación. Conjunto a ello, se identificaban elementos de significación, las cuales se les colocaban nombres o etiquetas que intentaba compilar el significado emergente. Luego, en el siguiente paso se reagrupaba las etiquetas que compartían un mismo significado, permitiendo así dividir en categorías que ayudarían a dar respuesta a los objetivos de la investigación.

Se tomó en cuenta la operación denominada fragmentación de texto, que abarca establecer las unidades de clasificación y registro de textos. Finalmente se consideró la operación de categorización, proceso que abarca calificar la información obtenida, estableciéndose criterios de diferenciación. Y para concluir los resultados obtenidos de forma narrativa, posteriormente fueron analizados, confrontados y categorizados según con la bibliografía con la finalidad que sirva como respaldo de las conclusiones de la investigación.

Los focus group o grupos focales, se busca explorar las interpretaciones elaboradas por los sujetos de estudio en cuanto a un elemento principal impacto de la gestión del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores del Proyecto Especial Chira Piura; para ello se plantearon las preguntas orientadoras las cuales fueron trabajadas por los participantes. Para los grupos focales contamos con la participación de 10 servidores. A partir de ello podremos contrastar la satisfacción laboral por medio de la gestión del área de imagen institucional.

Tomando como base esta estrategia, y a pesar de las limitaciones encontradas al momento de reunir los grupos, se realizaron tres sesiones de grupos focales. En el Anexo 1 consignaremos la guía de preguntas que se utilizó durante las sesiones.

Para contactar a los informantes recurrimos al área de imagen institucional, lo cual fue sumamente influyente para lograr la participación de los servidores del PECHP.

2.6. Aspectos éticos

Con la finalidad de mantener y garantizar un tratamiento apropiado de todos los datos recolectados, se utilizó el principio de Credibilidad: proceso selectivo que enmarca la veracidad absoluta de los hallazgos relacionados con la investigación y expectativas de los colaboradores que interpretaron de la realidad estudiada, que posteriormente son presentadas en el último informe. Todos los datos que se obtuvieron, partiendo de los grupos focales, fueron respectivamente analizados y posteriormente presentados en el informe final, manteniendo fielmente la verdad de la información. De manera minuciosa se trabajaron todos los datos que posteriormente fueron registrados, tomándose como herramientas para la recolección de datos la grabación, que consecutivamente fueron transcritos puntualmente; así mismo los datos que se obtuvieron a través de la

observación son transmitidos directamente a un registro conductual en una libreta de campo.

Ante lo anteriormente mencionado, se usó en toda la investigación el principio de confiabilidad, esto da pie a que otros investigadores sigan la ruta de las conclusiones que brinda esta investigación. Para garantizar toda la información se llevó cuidadosamente un registro de todos los datos obtenidos y la documentación que abarca las ideas, comentarios y decisiones, todo correspondiente a la realidad que fue observada, pudiendo ser confirmado por otro investigador.

Finalmente, también se consideró la neutralidad como principio: garantizando que todos los resultados de esta investigación no están sesgados por intereses personales.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados de la evidencia de validez de contenido a través del método de criterio de expertos del instrumento de Focus group

Los resultados del juicio de los tres expertos, que evaluaron el instrumentos de Focus group, para medir Impacto de la gestión del Área de Imagen Institucional en la satisfacción laboral, fueron procesados con el estadístico de V de Aíken, lo que se indica en cada uno de los componentes.

3.1.1. Validez de contenido en coherencia

La totalidad de los ítems que pertenecen a este componente, presentan índices de acuerdo (IA) de 1.00 y ($p < .05$), lo cual indica que dichos ítems son considerados válidos y tienen relación lógica con lo que se está midiendo. Tabla (1)

Tabla 1

Coefficiente de Aíken para la validez de contenido en coherencia de los ítems del instrumento de Focus group

Ítem	V	Sig.(p)
1	1	.032*
2	1	.032*
3	1	.032*
4	1	.032*
5	1	.032*
6	1	.032*
7	1	.032*
8	1	.032*

Nota:

V: Coeficiente V de Aiken

Sig. (p): Probabilidad de rechazar la hipótesis nula siendo cierta

***p<.05: Valido*

3.1.2. Validez de contenido en claridad

Por otro lado, en cuanto a la claridad la mayoría de ítems evidencian semántica y sintaxis adecuada al 100%, lo cual indica que los ítems son válidos Tabla (2).

Tabla 2

Coeficiente de Aiken para la validez de contenido en claridad de los ítems del instrumento de Focus group,

Ítem	IA	Sig.(p)
1	1.00	.032*
2	1.00	.032*
3	1.00	.032*
4	1.00	.032*
5	1.00	.032*
6	1.00	.032*
7	1.00	.032*
8	1.00	.032*

Nota:

Sig. (p) : Probabilidad de rechazar la hipótesis nula siendo cierta

***p<.05: Válido*

3.1.3. Validez de contenido en relevancia

En lo que respecta a la relevancia, en los ocho ítems que forman parte del instrumento de Focus group, que evalúa el Impacto de la gestión del Área de Imagen Institucional en la satisfacción laboral, hubo total concordancia en la apreciación de los tres jueces (concordancia al 100%); criterio según el cual todos los ítems son importantes y deben ser incluidos en el Cuestionario. Tabla (3).

Tabla 4

Coeficiente de Aiken para la validez de contenido en relevancia de los ítems del instrumento de Focus group.

Ítem	IA	Sig.(p)
1	1.00	.032*
2	1.00	.032*
3	1.00	.032*
4	1.00	.032*
5	1.00	.032*
6	1.00	.032*
7	1.00	.032*
8	1.00	.032*

Nota:

Sig. (p) : Probabilidad de rechazar la hipótesis nula siendo cierta

***p<.05: Válido*

IV. RESULTADOS DEL FOCUS GROUP

Fuentes de información que utilizan el grupo de estudiantes

De acuerdo a los datos obtenidos en el Focus Group, los servidores del PECHP refieren que se encuentran satisfechos con la actual gestión del área de Imagen Institucional, imagen se encarga de apoyar y difundir a todos los públicos usando medios de difusión escrita y redes sociales, las mismas que mantienen a los colaboradores informados de todo lo que realiza la gestión en todas sus áreas, sienten el apoyo en el desarrollo de actividades de comunicación y desarrollo de materiales de difusión.

Características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual.

Los servidores del PECHP mencionaron que no existían aspectos positivos en el área de imagen institucional antes de la actual gestión.

Características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual.

“He venido trabajando muchos años en el Proyecto y ni cuenta me he dado si durante esos años existía imagen institucional”

(Sujeto 5, sexo femenino, 52 años)

“Bueno, yo no llevo muchos años aquí, pero mis compañeros si me han comentado la enorme diferencia entre imagen institucional antes y ahora, pues parecía que antes no había”

(Sujeto 4, sexo masculino, 50 años)

“La oficina donde estaba ubicado el personal del área de imagen institucional siempre estaba junto con la de contabilidad y aparte también era muy pequeña como para estar las dos áreas”

(Sujeto 7, sexo masculino, 53 años)

“El área no contaba con los implementos necesarios para poder desarrollar bien nuestro trabajo, pues la laptop que teníamos estaba en mal estado y era muy pequeña como para los trabajos que nosotros elaboramos, también la cámara que nos daban estaba defectuosa y por eso se nos dificultaba realizar nuestro labor.”

(Sujeto 9, sexo femenino, 48 años)

“En los puestos de trabajo se encontraba gente que tenía especialidades que no tenían nada que ver con el puesto, por ejemplo el encargado del puesto era ingeniero y por eso creo que se trabajaba con limitaciones ya que no comprendía bien nuestras necesidades laborales”

(Sujeto 1, sexo masculino, 37 años)

“Las personas que están en los puestos de cargo pocas veces rotan, como que tienen el puesto fijo y ya, el antepenúltimo encargado se quedó en su puesto por 4 años, en si desde que se abrió el área de imagen rara vez cambian a los encargados”

(Sujeto 10, sexo masculino, 57 años)

“Desde siempre solo una persona es la encargada de toda el área de imagen y por eso es muy difícil que lo saquen de ese puesto”.

(Sujeto 6, sexo masculino, 55 años)

“Las áreas de dirección no pasaban información al área sobre las actividades que se iban a realizar durante la semana y eso se veía muy desorganizado y dificultaba mucho nuestra labor”

(Sujeto 2, sexo masculino, 44 años)

“Teníamos un número limitado de notas de prensa que podíamos emitir”

(Sujeto 3, sexo masculino, 52 años)

“Los medios de información donde queríamos emitir nuestras notas de prensa nos pedían un pago para poder difundirlas”

(Sujeto 8, sexo masculino, 47 años)

Características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual.

“Desde inicios de este año 2019, con el apoyo de las redes sociales hemos podido incrementar nuestras notas de prensa y además agregar también videos”

(Sujeto 2, sexo masculino, 44 años)

“Con la gestión actual se logró gestionar la realización de un organigrama institucional en el cual se ve incluida nuestra área de imagen institucional”

(Sujeto 5, sexo femenino, 42 años)

“Ahora ya hay una idea de Imagen Institucional, y se reconoce la verdadera importancia que se le debe brindar”

(Sujeto 4, sexo masculino, 50 años)

“En esta gestión ya se percibe una verdadera área de Imagen Institucional, se transmiten los proyectos que realizamos en PECHP”

(Sujeto 9, sexo femenino, 48 años)

“Durante este año se pudo obtener una pasantía al Proyecto Especial Chavimochic en la región de la Libertad, con la finalidad de asimilar el trabajo de capacitaciones y crear el laboratorio de Biotecnología”

(Sujeto 7, sexo masculino, 53 años)

Características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual.

“Pude notar que actualmente la oficina del área no se encuentra dentro de los instrumentos de gestión”

(Sujeto 1, sexo masculino, 37 años)

“Aún se encuentra en proceso de gestión el equipo que se necesita para el área”

(Sujeto 6, sexo masculino, 58 años)

“Hasta la actualidad sigue en trámite la solicitud de un asistente”

(Sujeto 8, sexo masculino, 47 años)

Características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual.

“Actualmente las notas de prensa han incrementado utilizando las redes sociales del Gobierno Chira Piura sin ningún tipo de costo”

(Sujeto 2, sexo masculino, 44 años)

“Se incluyó al área de imagen dentro del organigrama institucional”

(Sujeto 5, sexo femenino, 42 años)

“Se llegó a hacer un convenio con la UNP, teniendo como sistema de apoyo a sus egresados de ciencias de la comunicación”

(Sujeto 7, sexo masculino, 53 años)

“Las notas de prensa se realizan de manera frecuente y activa gracias a las redes sociales”

(Sujeto 9, sexo femenino, 48 años)

“Ahora ya tienen una oficina independiente, un espacio que considero idóneo para cumplir con las funciones que tiene el área”

(Sujeto 4, sexo masculino, 50 años)

“Se logró obtener una pasantía al Proyecto Especial Chavimochic Región La Libertad, el cual tiene como finalidad asimilar el trabajo de capacitaciones y crear el laboratorio de Biotecnología.”

(Sujeto 3, sexo masculino, 52 años)

Características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual.

“Los medios de información continúan solicitando pagos para publicar las notas de prensa, lo cual dificulta la difusión de las mismas por otros medios fuera de las redes sociales”

(Sujeto 8, sexo masculino, 47 años)

“Aún no se entregan los equipos de trabajo a todo el personal dificultando el desempeño en el área”

(Sujeto 6, sexo masculino, 58 años)

Evaluación de Impactos

	PREVISTOS	NO PREVISTOS
POSITIVOS	<ul style="list-style-type: none"> - El Gobierno Chira Piura, alcanzó un alto índice de notas de prensa a través de las redes sociales. - En los documentos de gestión del Proyecto Chira Piura, ya figura el organigrama institucional. - Actualmente el área de Imagen cuenta con colaboradores, como es el caso de una asistente de apoyo, egresada de ciencias de la comunicación de la UNP. - Se logró incrementar pasantías, saliendo favorable la gestión al Proyecto Especial Chavimochic Región La Libertad, cuya finalidad es de asimilar el trabajo de 	<ul style="list-style-type: none"> - Los colaboradores del Gobierno Chira Piura, tienen mayor conocimiento de la gestión del área de Imagen, así también existe una reducción en los egresos, ya que no se paga publicidad.1 - El organigrama del Proyecto Chira Piura, ya consigna dentro de sus documentos de gestión el área de Imagen Institucional, como un área independiente. - Se ha incrementado la productividad en el área de Imagen institucional, ya que actualmente existe más

	capacitaciones y crear el laboratorio de Biotecnología.	personal, prestando sus servicios para dicha oficina. - El personal de la oficina de Imagen Institucional, tiene beneficios al contar con pasantías, motivando a los colaboradores, tanto en crecimiento personal como son las capacitaciones y en las condiciones del área de trabajo, como son los laboratorios.
NEGATIVOS	Los medios de información de la localidad, solicitan pagos para que las notas de prensa del área de Imagen, sean publicados - El área de Imagen, no cuenta en su totalidad con herramientas de trabajo para todo su equipo de colaboradores, impidiendo que desempeñen sus funciones con eficacia y eficiencia.	- No se dé a conocer a la región la gestión que está realizando El Proyecto Chira Piura, en su totalidad. - Los colaboradores, tienen mayor demanda de tiempo al cumplir sus tareas y funciones dentro de la oficina, ya que no cuentan con las herramientas para poder cubrir las notas de prensa con imágenes de alto impacto.

TRIANGULACIÓN

Seguidamente se da a conocer la triangulación temporal de 05 servidores que laboran en el Proyecto Chira Piura.

SUJETO N°	ANTES	DURANTE	DESPUÉS	ANÁLISIS FINAL
--------------	-------	---------	---------	-------------------

02	No recibía información del área de Imagen, es más desconocía que existía un área destinada a informar las gestiones del Proyecto Chira Piura.	Progresivamente se fueron dando a conocer algunas gestiones realizadas por el Proyecto, a través de las redes sociales.	Se recibe información dando a conocer las acciones de gestiones del Proyecto Chira Piura.	A pesar que el brindar información a los servidores del Proyecto Chira Piura, puede sonar irrelevante, los trabajadores se sienten satisfechos de conocer los resultados de su propio trabajo, sintiéndose identificados con la labor que realizan.
----	---	---	---	---

SUJETO N°	ANTES	DURANTE	DESPUÉS	ANÁLISIS FINAL
05	Los colaboradores desconocían que existía dentro del Proyecto Chira Piura, una	Progresivamente fue cambiando la perspectiva de los colaboradores, ya que en los documentos de gestión ya se	Todo el personal del Proyecto Chira Piura, ya identifican dentro del organigrama y demás documentos de	A pesar que el reconocer el área de Imagen Institucional dentro del organigrama puede sonar no

	<p>oficina o área que se encargara de publicar las notas de prensa de los proyectos que efectúan.</p>	<p>consigna dentro del organigrama la oficina de Imagen Institucional dentro del Proyecto Chira Piura.</p>	<p>gestión al área de Imagen Institucional como una oficina independiente.</p>	<p>tan indispensable dentro de la empresa, es de suma importancia que se le considere como un área independiente para que se trabaje de una manera organizada delegando funciones y tareas específicas al personal que ocupen un puesto dentro del área.</p>
--	---	--	--	--

SUJETO N°	ANTES	DURANTE	DESPUÉS	ANÁLISIS FINAL
----------------------	--------------	----------------	----------------	---------------------------

09	El personal que laboraba en un inicio para el área de Imagen Institucional, no abastecía la demanda del mercado para cubrir notas de prensa y demás funciones presentadas.	Paulatinamente, se empezó a gestionar para que exista personal de apoyo para el área de Imagen Institucional y se logró cubrir la demanda, así mismo se pueda transmitir los proyectos que realiza el Proyecto Chira Piura.	Ahora ya se cuenta con un equipo que cubra el perfil del puesto, el cual ha logrado en la nueva gestión cubrir la mayor demanda de notas de prensa, que se evidencia a través de las redes sociales, diarios, etc.	A pesar de que el área cuenta con practicantes y no cuentan aún con requisito mínimo de bachiller es importante que se logre consolidar un equipo de trabajo en el área de Imagen para que se desempeñen eficaz y eficientemente dentro de las funciones que el puesto lo requiera y así cubrir la demanda del mercado.
SUJETO N°	ANTES	DURANTE	DESPUÉS	ANÁLISIS FINAL
04	No contaba con un espacio independiente dentro de las	Progresivamente fue cambiando la perspectiva para los jefes del Proyecto	A diferencia de antes, ya cuenta con una amplia oficina e	A pesar de que otras áreas dentro de la empresa si

	<p>instalaciones del Proyecto Chira Piura. Las condiciones de espacio de trabajo eran compartidas con otra área de la empresa.</p>	<p>Chira Piura, y se fue consignando la idea de que el área cuente con un espacio especializado que cubra las demandas de espacio para que los colaboradores se puedan desenvolver profesionalmente.</p>	<p>independiente dentro de las instalaciones de la empresa, abarcando ahí su equipo de trabajo un espacio idóneo para cumplir las demandas que el puesto lo requiere.</p>	<p>puedan trabajar compartiendo un espacio, para el área de Imagen Institucional es de suma importancia que cuente con un espacio independiente por la naturaleza del área y puesto de trabajo, beneficiando a los colaboradores para obtener un nivel elevado de productividad que a su vez beneficia al Proyecto.</p>
--	--	--	---	---

SUJETO N°	ANTES	DURANTE	DESPUÉS	ANÁLISIS FINAL
07	No contaban con las herramientas necesarias para cubrir sus funciones con un nivel más profesional, al no contar con computadoras, cámaras, etc. apropiadas que promuevan un	Progresivamente con la nueva gestión se dio a conocer la importancia que es contar con las herramientas apropiadas para que el equipo de trabajo se desempeñe de manera eficaz y eficiente.	A diferencia de antes, ahora el área de Imagen Institucional, ya cuenta con herramientas que apoyan y complementan el trabajo del factor humano dentro del Proyecto Chira Piura.	A pesar de que pueda sonar insignificante es importante que el personal cuenta con las herramientas elementales, para que puedan cumplir las funciones del puesto; Beneficiando
	trabajo de calidad.			un nivel más profesional en los trabajos por parte del área de Imagen.

V. DISCUSIÓN

Como se puede observar en el primer objetivo, hace referencia a conocer las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de la gestión actual. Frente a esta premisa los encuestados refieren no conocer ninguna característica positiva del área de Imagen. Esto quiere decir que los trabajadores desconocían la existencia de la gestión de Imagen Institucional en el Proyecto Chira – Piura. Estos resultados son corroborados por Cornell (citado en Bowling, Beehr, Wagner y Libkuman, 2005) refiere que la situación laboral actual está vinculado con un cierto nivel de adaptación individual sobre lo que era deseable del trabajo teniendo efectos significativos en la satisfacción laboral.

Así también, en el segundo objetivo se planteó conocer las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual. Ante la interrogante el personal señala que la oficina es pequeña y compartida con el área de contabilidad, cuentan con cámara fotográfica defectuosa y pequeña laptop en mal estado, así mismo, la oficina de imagen trabaja con limitaciones, con encargatura en el puesto, por un profesional de ingeniería por citar un caso, además existe rotación de los responsables del área de manera frecuente. El área de Imagen desde el año 1994 al 2000 tuvo 10 responsables en el cargo, la antepenúltima persona estuvo 4 años consecutivos, señalan además que solo hay una persona responsable en imagen, con notas de prensa limitadas. Esto quiere decir que el área de Imagen, según el informe recibido tenía serias limitaciones para poder realizar su trabajo. Estos resultados son respaldados por Marrkwick y Fill (1997) quienes refieren que la creación de una identidad visual atractiva y el uso de la comunicación comercial,

pueden influir positivamente en las asociaciones sobre las imágenes institucionales almacenadas en la mente de los consumidores y por ende en la reputación empresarial, influyendo significativamente en los servidores.

De la misma forma en el tercer objetivo está referido a conocer las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual. Ante lo mencionado el personal, acuñó que en el año 2019 a partir de febrero las notas de prensa se incrementan, con videos en redes sociales, además que ya se gestionó el organigrama institucional para que figure el área de Imagen, así mismo en referencia con el personal de la oficina, se gestionó para que exista una asistente de apoyo en el área de Imagen, entre otras gestiones también consideraron tramitar una pasantía al Proyecto Especial Chavimochic de la Región La Libertad, con la finalidad de asimilar el trabajo de capacitaciones y crear el laboratorio de Biotecnología. Esto quiere decir que en el área de Imagen las gestiones trabajadas si están teniendo un impacto en la satisfacción, reflejándose en el desempeño laboral. Estos resultados son similares a Winert (1958) quien refiere que satisfacción laboral puede estimarse a partir de la valoración que realiza el sujeto acerca de los aspectos estructurales y cambios a mejora dentro de la organización.

De igual modo en el cuarto objetivo hacer referencia a conocer las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual. Ante la interrogante planteada los colaboradores respondieron que la oficina de imagen institucional no figura en los instrumentos de gestión, también que se gestionó el equipo necesario para el área de Imagen y finalmente se gestionó al área de Imagen asistente. Esto quiere decir que el impacto que existe en el área de Imagen busca mejorar las condiciones laborales del personal para mejorar su productividad. Estos resultados son respaldados por Dhalla (2007) quien refiere que la gestión del área de Imagen Institucional debe responder a cambios internos y externos a la organización y ello aumentara su eficacia, además Stuart (1999), refiere que la gestión de dicha área no solo tiende a modificar un logotipo o un elemento visual, sino que apunta a una parte externa o visible, así como a una parte interna o no visible desde el exterior, debido a que conllevara a una mejora de la productividad de la empresa.

De la misma manera en el quinto objetivo hace referencia a conocer las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los

servidores después de su proceso de gestión actual. Ante la premisa, el personal respondió que se incrementó las notas de prensa en las redes sociales, sin ningún tipo de costo al Gobierno Chira Piura, también que el área de Imagen ya figura en el organigrama institucional, así mismo el área de Imagen cuenta con una asistente de apoyo, egresada de ciencias de la comunicación de la UNP, además que la nueva gestión mantiene activa las notas de prensa a través de las redes sociales y finalmente se pudo obtener una pasantía al Proyecto Especial Chavimochic Región La Libertad, con la finalidad de asimilar el trabajo de capacitaciones y crear el laboratorio de Biotecnología. Esto quiere decir que las gestiones del nuevo período han tenido un elevado porcentaje positivo mejorando las condiciones de gestión, de espacio y productividad de los colaboradores. Estos resultados son respaldados por Porter y Lawler (1968), quienes refieren que para lograr el aumento de productividad, debe influir tanto aspectos internos de un servidor dentro de su trabajo (relacionados con los sentimientos que despierta el trabajo en sí mismo, como los sentimientos de logro, autoestima, independencia, control) y los aspectos externos (relacionados indirectamente con el trabajo como el entorno, el salario, la promoción).

De igual modo en el sexto objetivo está referido a conocer las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual. Ante la interrogante, los trabajadores respondieron que los medios de información solicitan pagos para publicar las notas de prensa. Y que aún no se equipa la oficina con las herramientas de trabajo para todo el personal. Esto quiere decir que la actual gestión está en proceso para cubrir las necesidades que demanda el área de Imagen Institucional y aumentar la satisfacción en los servidores. Estos resultados son similares a Castro (2016) refiere según su investigación que la imagen institucional correlacionó de manera positiva y significativa con la satisfacción laboral.

Así también el séptimo objetivo se evaluó lo positivo y negativo desde lo previsto y no previsto de la gestión del área de Imagen Institucional. Los resultados arrojaron que el positivo previsto y no previsto tiene mayores resultados constructivos favoreciendo así la labor del área de Imagen Institucional en la satisfacción de los colaboradores del Proyecto Chira Piura; teniendo en cuenta que alcanzó un alto índice de notas de prensa a través de las redes sociales, la oficina ya figura en los documentos de gestión, cuentan con un espacio independiente y un equipo calificado. Estos resultados son corroborados

por Chaves (2006), quien refiere que la identidad o imagen institucional es un tipo de conciencia que se desarrolla a partir de necesidades, expectativas, motivaciones, condiciones de registro, entre otros.

Finalmente, en el octavo objetivo, se dio a conocer el análisis triangular del área de Imagen Institucional según la entrevista a cinco sujetos. Estos resultados reflejan que los trabajadores se sienten satisfechos de conocer los resultados de su propio trabajo, sintiéndose identificados con la labor que realizan; además que es de suma importancia que se le considere como un área independiente dentro del organigrama para que se trabaje de una manera organizada delegando funciones y tareas específicas al personal que ocupen un puesto dentro del área, acompañado de las herramientas elementales. Así también haciendo un análisis de la triangulación existe coherencia entre la gestión anterior, lo que se realizó como proceso y lo que se está realizando, dando así una claridad en el impacto que está teniendo el área de Imagen que para muchos puede ser un área no necesaria. Sin embargo, vemos en esta investigación el impacto positivo que tiene en la satisfacción laboral de los trabajadores del Proyecto Chira – Piura.

VI. CONCLUSIONES

- Los encuestados refieren no conocer anteriormente ninguna característica positiva del área de Imagen. Esto quiere decir que los trabajadores desconocían la existencia de gestión de Imagen Institucional en el Proyecto Especial Chira Piura.
- El personal señala que la oficina es pequeña y compartida con el área de contabilidad, cuentan con cámara fotográfica defectuosa y pequeña laptop en mal estado, así mismo, la oficina de imagen trabaja con limitaciones, con encargatura en el puesto, por un profesional de ingeniería por citar un caso, además existe rotación de los responsables del área de manera frecuente. El área de Imagen desde el año 1994 al 2000 tuvo 10 responsables en el cargo, la antepenúltima persona estuvo 4 años consecutivos, señalan además que solo hay una persona responsable en imagen, con notas de prensa limitadas.

- El personal, acuñó que en el año 2019 a partir de febrero las notas de prensa se incrementan, con videos en redes sociales, además que ya se gestionó el organigrama institucional para que figure el área de Imagen, así mismo en referencia con el personal de la oficina, se gestionó para que exista una asistente de apoyo en el área de Imagen, entre otras gestiones también consideraron tramitar una pasantía al Proyecto Especial Chavimochic de la región La Libertad, con la finalidad de asimilar el trabajo de capacitaciones y crear el laboratorio de Biotecnología.
- Los colaboradores respondieron que la oficina de imagen institucional no figura en los instrumentos de gestión, también que se gestionó el equipo necesario para el área de Imagen y finalmente se solicitó para el área de Imagen un asistente.
- El personal respondió que se incrementó las notas de prensa en las redes sociales, sin ningún tipo de costo al Gobierno Chira Piura, también que el área de Imagen ya figura en el organigrama institucional, así mismo el área de Imagen cuenta con una asistente de apoyo, egresada de ciencias de la comunicación de la UNP, además que la nueva gestión mantiene activa las notas de prensa a través de las redes sociales y finalmente se pudo obtener una pasantía al Proyecto Especial Chavimochic Región La Libertad, con la finalidad de asimilar el trabajo de capacitaciones y crear el laboratorio de Biotecnología.
- Los trabajadores respondieron que los medios de información solicitan pagos para publicar las notas de prensa. Y que aún no se equipa la oficina con las herramientas de trabajo para todo el personal.
- Los resultados arrojaron que el positivo previsto y no previsto tiene mayores resultados constructivos favoreciendo así la labor del área de Imagen Institucional en la satisfacción de los colaboradores del Proyecto Chira Piura; teniendo en cuenta que alcanzó un alto índice de notas de prensa a través de las redes sociales, la oficina ya figura en los documentos de gestión, cuentan con un espacio independiente y un equipo calificado.

- Estos resultados reflejan que los trabajadores se sienten satisfechos de conocer la gestión de su propio trabajo, sintiéndose identificados con la labor que realizan; además que es de suma importancia que se le considere como un área independiente dentro del organigrama para que se trabaje de una manera organizada delegando funciones y tareas específicas al personal que ocupen un puesto dentro del área, acompañado de las herramientas elementales.

VII. RECOMENDACIONES

- Seguir trabajando para desarrollar características positivas desde el área de Imagen con el fin de seguir fortaleciendo la identidad de los colaboradores, el mismo que significa la coordinación entre colaboradores de diferentes áreas, con apoyo al sugerir y recomendar para que la institución funcione en equipo, que se realicen capacitaciones de manera más continua porque ayuda mucho en el impacto de identificación. Recomendación sugerida a la oficina de RRHH. .
- Se sugiere una implementación de las herramientas de comunicación como son: computadores, filmadora, cámara fotográfica, periódicos murales, con el fin de que la información llegue de manera efectiva a los a los diferentes públicos, la creación del Facebook y página web institucional, todos estos elementos ocasionan el impacto necesario de gestión para satisfacción del colaborador y suma para que su identificación sea efectiva y sienta su institución como suya.
- Se sugiere que la persona que el área de Imagen, sea un profesional capacitado en temas referidos a Imagen Corporativa y de Gestión Pública, con el fin de perfeccionar sus resultados frente a la gestión que realiza, en beneficio de la gestión de la institución y por efecto de los colaboradores.

- Se recomienda elaborar un proyecto al 2030, fundamentando la razón y justificación del área de Imagen Institucional y el impacto que esta conlleve a los colaboradores del Proyecto Chira Piura, con el fin de brindarle mayor documento de gestión desde sus funciones hasta sus tareas según el puesto lo requiera y que se refleje en la satisfacción de los colaboradores al realizar sus actividades, saber que son muy importantes por su labor realizada.
- Se sugiere difundir los logros obtenidos por parte del área del Imagen Institucional en el Proyecto Chira – Piura, para que los colaboradores se identifiquen con el área.
- Se recomienda gestionar para que el área de Imagen Institucional en el Proyecto Chira Piura, cuente con más talento humano y de esta manera el área tenga mayor productividad. Seguir agenciándose de aliados estratégicos, manejo de las redes sociales para que se incremente la difusión de notas de prensa del área Imagen Institucional de El Proyecto Especial Chira Piura.
- Se sugiere que se gestione con la oficina de Planificación y Presupuesto (OPP), para que el área de Imagen Institucional sea independiente dentro del organigrama, y para que se trabaje de manera organizada delegando funciones y tareas específicas al personal que ocupe un puesto dentro del área, el impacto de los colaboradores con la gestión de imagen teniendo la aceptación y formalidad como tal es de vital importancia, ya que sentirán esa confianza y empatía con lo que se les sugiera y recomiende.

REFERENCIAS

- Albert, S., & Whetten, D. (1985). Organizational Identity. *Research in Organizational Behavior*, 263-295.
- Alvesson, M. (1990). Organization: from Substance to Image. *Organization Studies*, 373-394.
- Balmer, J. (2008). Identity Based Views of the Corporation. Insights from Corporate Identity, Organisational Identity, Social Identity, Visual Identity, Corporate Brand Identity and Corporate Image. *European Journal*, 879-906.
- Biagginni, M., & Mendoza, A. (2005). Influencia del apoyo organizacional percibido, compromiso organizacional, satisfacción laboral, sexo y nivel del cargo sobre la ciudadanía organizacional. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Bruce, K. (2011). Henry S. Dennison, Elton Mayo, and Human Relations historiography. *Management & Organizational History*, 177-199.
- Capriotti, P. (1999). *La Imagen de Empresa*. El ateneo.
- Castro, F. (2016). *La imagen corporativa y la satisfacción laboral. Estudio correlacional con trabajadores limeños*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Chapman, A. (08 de Junio de 2019). BUSINESSBALLS. Obtenido de <https://www.businessballs.com/self-awareness/maslows-hierarchy-of-needs/>
- Chaves, N. (2006). La imagen corporativa: teoría y práctica de la identificación institucional. *Revista Cuadernos de Gestión*, 103.
- Costa, J. (1977). *La imagen de la empresa. Métodos de comunicación integral*. Biblioteca de la Comunicación del Centro de Investigación y Aplicaciones (CIAC), 60.

- Dhalla, R. (2007). The Construction of Organizational Identity: Key Contributing External and Intra-Organizational Factors. *Corporate Reputation Review*, 245-260.
- Dutton, J., & Dukerich, J. (1991). Keeping an Eye on the Mirror: Image and Identity in Organizational Adaptation. *Academy of Management Journal*, 517-554.
- Gutiérrez, Z. (2018). Imagen corporativa y su relación en la satisfacción del usuario judicial de la Corte Superior de Justicia de La Libertad - Trujillo, 2017. Trujillo: Universidad Cesar Vallejo.
- Harpaz, I. (1983). Job satisfaction. Theoretical perspectives and a longitudinal analysis. Nueva York: Libra Publishers.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. (1959). *The Motivation to Work*. John Wiley & Sons.
- Lawler, E. (1973). *Motivation in work organization*. California: Books Cole.
- Markwick, N., & Fill, C. (1997). Towards a Framework for Managing Corporate Identity. *European Journal of Marketing*, 369-409.
- Melewar, T. (2003). Determinants of the Corporate Identity Construct: A Review of the Literature. *Journal of Marketing Communications*, 195-220.
- Mitki, Y., Herstein, R., & Jaffe, E. (2007). Learning Mechanisms for Designing Corporate Identity in the Banking Industry. *International Journal of Bank Marketing*, 452-468.
- Peiró, J., Prieto, F., & Roe, R. (1996). *La aproximación psicológica al trabajo en un entorno laboral cambiante*. Madrid: Eudema.
- Pérez, A., & Rodríguez del Bosque, I. (2014). Identidad, imagen y reputación de la empresa: integración de propuestas teóricas para una gestión exitosa. Área de

Comercialización e Investigación de Mercados. Revista Cuadernos de Gestión, 97-126.

Perez, P. (2011). Una revisión actual de la aplicación del concepto de Satisfacción laboral y su evaluación – Hacia un modelo integrador. Universidad Abierta Interamericana.

Porter, L., & Lawler, E. (1968). Managerial attitudes and performance. Homewood.

Robbins, S. (1999). Comportamiento Organizacional: Teoría y Práctica. San Diego: Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.

Spector, T. (2010). Industrial & Organizational Psychology. Research and practice. John Wiley & Sons, Inc.

Stuart, H. (1999). Towards a Definitive Model of the Corporate Identity Management Process. Corporate Communications, 200-207.

Suvatjis, J., & L., C. (2004). Corporate identity modelling: a review and presentation of the six station model for corporate identity. . Birmingham: Centre for Research in Brand Marketing, Birmingham Business School, University of Birmingham, 200-207.

Taylor, F. (1911). The principles of scientific management. . New York: Harper and Brothers.

ANEXOS

ANEXO N° 01: INSTRUMENTO DEL FOCOS GROUP

1. ¿Cuál cree usted que son las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual?
2. ¿Cuál cree usted que son las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual?
3. ¿Cuál cree usted que son las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual?
4. ¿Cuál cree usted que son las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual?
5. ¿Cuál cree usted que son las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual?
6. ¿Cuál cree usted que son las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual?
7. ¿Cuál cree usted que son las evaluaciones positivas y negativas desde lo previsto de la gestión del área de Imagen Institucional?
8. ¿Cuál cree usted que son las evaluaciones positivas y negativas desde lo no previsto de la gestión del área de Imagen Institucional?

ANEXO N° 02: AUTORIZACIÓN PARA LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO FOCUS GROUP EN LOS SERVIDORES DEL PECHP

C A R G O

"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

Piura, 25 junio 2019

CARTA - 2019/OETG

Señor:

ING. MANUEL BARRENO RODRIGO
Gerente General Proyecto Especial Chira Piura

ASUNTO : Autorización para realizar un Focus Group con colaboradores del PECHP.

Reciba mi saludo cordial y por medio del presente documento, le solicito a usted me autorice el poder reunirme con un número de colaboradores de la institución, en el auditorio de la Dirección de Operación y Mantenimiento (DOM), del 01 al 04 de julio de 2019, en horario de las 8 a 11 de la mañana, esta actividad de investigación tiene como finalidad, la de analizar el efecto o impacto que genera en su actitud la nueva gestión de la Oficina de Imagen hacia los colaboradores, relacionada a la empatía, identificación y conocimiento de lo que se realiza en todas las direcciones y áreas del Proyecto.

Asimismo le hago saber que este evento se realizará en cuatro sesiones, que a partir de la segunda sesión disminuirá en número de ocho participantes seleccionados para cada día, para concluir con los resultados que se necesita para realizar una mejor gestión como imagen.

A la espera del documento de autorización solicitado, quedo de usted, no sin antes expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente,



Oswaldo Talavera García
Comunicador Social

GOBIERNO REGIONAL PIURA PROYECTO ESPECIAL CHIRA PIURA GERENCIA GENERAL		
25 JUN 2019		
REGISTRO	HORA	RECEPCIÓN



PROYECTO ESPECIAL CHIRA PIURA

"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

AUTORIZACIÓN

Señor:
OSWALDO TALAVERA GARCIA
Comunicador Social

ASUNTO : Autorización de actividad solicitada en el PECHP.

Reciba mi saludo cordial y por medio del presente documento, le informo que de acuerdo a la referencia del asunto de su carta de fecha 25 de junio 2019, de realizar un focus Group con los colaboradores de la institución como parte de sus actividades de investigación, en las fechas que en su carta describe, le autorizo para que puede realizarse en las instalaciones de la DOM, días hábiles de lunes a viernes en los horarios de la mañana.

Asimismo le informo, que se comunicará con anticipación a los colaboradores para esta actividad, sin poder cambiar las fechas programadas y evitar problemas en el desarrollo de las actividades de los colaboradores en la institución.

Por lo antes expuesto y a la espera de su comprensión me despido de usted, deseándole éxito en su actividad.

Atentamente,

GOBIERNO REGIONAL PIURA
Proyecto Especial Chira - Piura

Manuel Barreno Rodrigo
Ing. Manuel Barreno Rodrigo
GERENTE GENERAL

27 JUN. 2019

Proyecto Especial Chira Piura
Panamericana Norte Km. 3.5
Carretera Piura - Sullana - PERÚ
Central Telefónica 51 073 321330

www.chirapiura.gob.pe

ANEXO N° 03: JUICIO DE EXPERTOS PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DEL FOCUS GROUP

EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento de FOCUS GROUP que busca evaluar “Impacto de la gestión del Área de Imagen Institucional en la satisfacción laboral de los servidores del Proyecto Especial Chira Piura”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. DATOS GENERALES DEL JUEZ

Nombre del juez:	Carlos Alberto Rodríguez Rodríguez		
Grado profesional:	Maestría	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Doctor	<input checked="" type="checkbox"/>	
Áreas de experiencia profesional:	Gobiernos, Local (Municipalidad Provincial de Trujillo)		
Institución donde labora:	Servicios de Gestión Ambiental de Trujillo		
Tiempo de experiencia profesional en el área :	2 a 4 años	<input type="checkbox"/>	
	Más de 5 años	<input checked="" type="checkbox"/>	
Experiencia en Investigación Psicométrica	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.		

2. PROPÓSITO DE LA EVALUACIÓN:

- a. Validar el contenido de instrumento, por juicio de expertos.

3. DATOS DE LA ESCALA DE LOGRO DE COMPETENCIAS

Nombre de la Prueba:	FOCUS GROUP: “Impacto de la gestión del Área de Imagen Institucional en la satisfacción laboral de los servidores del Proyecto Especial Chira Piura”
Autor:	Oswaldo Eulogio Talavera García
Procedencia:	Perú
Administración:	Colectiva
Tiempo de aplicación:	60 minutos aproximadamente
Ámbito de aplicación:	Servidores del Proyecto Especial Chira Piura
Significación:	Esta escala está compuesta por 8 ítems que busca explorar el i Impacto de la gestión del Área de Imagen Institucional en la satisfacción laboral de los servidores

4. SOPORTE TEÓRICO

Alvesson (1990) menciona que la imagen institucional es una impresión holística que tiene un individuo o un grupo particular hacia una organización y la

comunicación por parte de la organización de un dibujo proyectado y fabricado por ella misma.

En la actualidad, la Imagen Institucional adquiere una importancia fundamental, creando valor para la empresa y estableciéndose como un activo intangible estratégico de la misma. La existencia de una buena Imagen Corporativa en los públicos permitirá a la empresa: Ocupar un espacio en la mente de los públicos.. Dentro de una organización, el los encargados de Área de Imagen Institucional, buscan facilitar la diferenciación de la compañía de las organizaciones competidoras, por medio de un perfil de identidad propio y diferenciado, creando valor para los públicos, disminuir la influencia de los factores situacionales en la decisión de compra, ya que las personas dispondrán de una información adicional importante sobre la organización, actuar como un factor de poder en las negociaciones entre fabricante y distribuidor, apoyar y difundir a todos los públicos usando medios de difusión escrita y redes sociales, entre otros.

Si todo ello es cumplido, generara como Winert (1985) dirá que la satisfacción laboral, estimándose a partir de la valoración que realiza el sujeto acerca de los aspectos estructurales y procesuales de la organización. Al igual que Porter y Lawler (1968), menciona que la satisfacción laboral tiene que ver con aspectos internos del trabajo (relacionados con los sentimientos que despierta el trabajo en sí mismo, como los sentimientos de logro, autoestima, independencia, control) y los aspectos externos (relacionados indirectamente con el trabajo como el entorno, el salario, la promoción).

VARIABLE	DEFINICIÓN
Impacto de la gestión del Área de Imagen Institucional en la satisfacción laboral.	Características positivas y negativas en función a lo esperado y no esperado de la gestión del área de imagen institucional en servidores para que mantengan un grado de conformidad alto respecto a su entorno y condiciones de trabajo.

5. PRESENTACIÓN DE INSTRUCCIONES PARA EL JUEZ:

A continuación, a usted le presento el FOCUS GROUP que busca evaluar “Impacto de la gestión del Área de Imagen Institucional en la satisfacción laboral de los servidores del Proyecto Especial Chira Piura” elaborado por Oswaldo Eulogio Talavera García en el 2019 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

6. DIMENSIONES DEL INSTRUMENTO

OBJETIVO	ÍTEM	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Conocer las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual.	¿Cuál cree usted que son las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Conocer las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual.	¿Cuál cree usted que son las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Conocer las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual.	¿Cuál cree usted que son las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Conocer las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual.	¿Cuál cree usted que son las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Conocer las	¿Cuál cree usted				

características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual.	que son las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Conocer las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual.	¿Cuál cree usted que son las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Evaluar lo positiva y negativo desde lo previsto y no previsto de la gestión del área de Imagen Institucional.	¿Cuál cree usted que son las evaluaciones positivas y negativas desde lo previsto de la gestión del área de Imagen Institucional?	4	4	4	4


 Firma del evaluador

EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento de FOCUS GROUP que busca evaluar "Impacto de la gestión del Área de Imagen Institucional en la satisfacción laboral de los servidores del Proyecto Especial Chira Piura". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. DATOS GENERALES DEL JUEZ

Nombre del juez:	Kleydad Erlita Marino Vilchez	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor (X)
Áreas de experiencia profesional:	Gobierno local y Regional : PROYECTO CHIRA PIURA	
Institución donde labora:		
Tiempo de experiencia profesional en el área :	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

2. PROPÓSITO DE LA EVALUACIÓN:

- Validar el contenido de instrumento, por juicio de expertos.

3. DATOS DE LA ESCALA DE LOGRO DE COMPETENCIAS

Nombre de la Prueba:	FOCUS GROUP: "Impacto de la gestión del Área de Imagen Institucional en la satisfacción laboral de los servidores del Proyecto Especial Chira Piura"
Autor:	Oswaldo Eulogio Talavera García
Procedencia:	Perú
Administración:	Colectiva
Tiempo de aplicación:	60 minutos aproximadamente
Ámbito de aplicación:	Servidores del Proyecto Especial Chira Piura
Significación:	Esta escala está compuesta por 8 ítems que busca explorar el i Impacto de la gestión del Area de Imagen Institucional en la satisfacción laboral de los servidores

4. SOPORTE TEÓRICO

Alvesson (1990) menciona que la imagen institucional es una impresión holística que tiene un individuo o un grupo particular hacia una organización y la

comunicación por parte de la organización de un dibujo proyectado y fabricado por ella misma.

En la actualidad, la Imagen Institucional adquiere una importancia fundamental, creando valor para la empresa y estableciéndose como un activo intangible estratégico de la misma. La existencia de una buena Imagen Corporativa en los públicos permitirá a la empresa: Ocupar un espacio en la mente de los públicos.. Dentro de una organización, el los encargados de Área de Imagen Institucional, buscan facilitar la diferenciación de la compañía de las organizaciones competidoras, por medio de un perfil de identidad propio y diferenciado, creando valor para los públicos, disminuir la influencia de los factores situacionales en la decisión de compra, ya que las personas dispondrán de una información adicional importante sobre la organización, actuar como un factor de poder en las negociaciones entre fabricante y distribuidor, apoyar y difundir a todos los públicos usando medios de difusión escrita y redes sociales, entre otros.

Si todo ello es cumplido, generara como Winert (1985) dirá que la satisfacción laboral, estimándose a partir de la valoración que realiza el sujeto acerca de los aspectos estructurales y procesuales de la organización. Al igual que Porter y Lawler (1968), menciona que la satisfacción laboral tiene que ver con aspectos internos del trabajo (relacionados con los sentimientos que despierta el trabajo en sí mismo, como los sentimientos de logro, autoestima, independencia, control) y los aspectos externos (relacionados indirectamente con el trabajo como el entorno, el salario, la promoción).

VARIABLE	DEFINICIÓN
Impacto de la gestión del Área de Imagen Institucional en la satisfacción laboral.	Características positivas y negativas en función a lo esperado y no esperado de la gestión del área de imagen institucional en servidores para que mantengan un grado de conformidad alto respecto a su entorno y condiciones de trabajo.

5. PRESENTACIÓN DE INSTRUCCIONES PARA EL JUEZ:

A continuación, a usted le presento el FOCUS GROUP que busca evaluar “Impacto de la gestión del Área de Imagen Institucional en la satisfacción laboral de los servidores del Proyecto Especial Chira Piura” elaborado por Oswaldo Eulogio Talavera García en el 2019 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

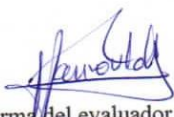
Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

6. DIMENSIONES DEL INSTRUMENTO

OBJETIVO	ÍTEM	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Conocer las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual.	¿Cuál cree usted que son las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Conocer las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual.	¿Cuál cree usted que son las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Conocer las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual.	¿Cuál cree usted que son las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Conocer las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual.	¿Cuál cree usted que son las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Conocer las	¿Cuál cree usted				

características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual.	que son las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Conocer las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual.	¿Cuál cree usted que son las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Evaluar lo positivo y negativo desde lo previsto y no previsto de la gestión del área de Imagen Institucional.	¿Cuál cree usted que son las evaluaciones positivas y negativas desde lo previsto de la gestión del área de Imagen Institucional?	4	4	4	4


Firma del evaluador

EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento de FOCUS GROUP que busca evaluar "Impacto de la gestión del Área de Imagen Institucional en la satisfacción laboral de los servidores del Proyecto Especial Chira Piura". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. DATOS GENERALES DEL JUEZ

Nombre del juez:	Zoila Yanina Cava
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Áreas de experiencia profesional:	Gobierno local (Municipal Provincial de Trujillo)
Institución donde labora:	Transportes Metropolitanos de Trujillo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.

2. PROPÓSITO DE LA EVALUACIÓN:

- Validar el contenido de instrumento, por juicio de expertos.

3. DATOS DE LA ESCALA DE LOGRO DE COMPETENCIAS

Nombre de la Prueba:	FOCUS GROUP: "Impacto de la gestión del Área de Imagen Institucional en la satisfacción laboral de los servidores del Proyecto Especial Chira Piura"
Autor:	Oswaldo Eulogio Talavera García
Procedencia:	Perú
Administración:	Colectiva
Tiempo de aplicación:	60 minutos aproximadamente
Ámbito de aplicación:	Servidores del Proyecto Especial Chira Piura
Significación:	Esta escala está compuesta por 8 ítems que busca explorar el i Impacto de la gestión del Area de Imagen Institucional en la satisfacción laboral de los servidores

4. SOPORTE TEÓRICO

Alvesson (1990) menciona que la imagen institucional es una impresión holística que tiene un individuo o un grupo particular hacia una organización y la

comunicación por parte de la organización de un dibujo proyectado y fabricado por ella misma.

En la actualidad, la Imagen Institucional adquiere una importancia fundamental, creando valor para la empresa y estableciéndose como un activo intangible estratégico de la misma. La existencia de una buena Imagen Corporativa en los públicos permitirá a la empresa: Ocupar un espacio en la mente de los públicos.. Dentro de una organización, el los encargados de Área de Imagen Institucional, buscan facilitar la diferenciación de la compañía de las organizaciones competidoras, por medio de un perfil de identidad propio y diferenciado, creando valor para los públicos, disminuir la influencia de los factores situacionales en la decisión de compra, ya que las personas dispondrán de una información adicional importante sobre la organización, actuar como un factor de poder en las negociaciones entre fabricante y distribuidor, apoyar y difundir a todos los públicos usando medios de difusión escrita y redes sociales, entre otros.

Si todo ello es cumplido, generara como Winert (1985) dirá que la satisfacción laboral, estimándose a partir de la valoración que realiza el sujeto acerca de los aspectos estructurales y procesuales de la organización. Al igual que Porter y Lawler (1968), menciona que la satisfacción laboral tiene que ver con aspectos internos del trabajo (relacionados con los sentimientos que despierta el trabajo en sí mismo, como los sentimientos de logro, autoestima, independencia, control) y los aspectos externos (relacionados indirectamente con el trabajo como el entorno, el salario, la promoción).

VARIABLE	DEFINICIÓN
Impacto de la gestión del Área de Imagen Institucional en la satisfacción laboral.	Características positivas y negativas en función a lo esperado y no esperado de la gestión del área de imagen institucional en servidores para que mantengan un grado de conformidad alto respecto a su entorno y condiciones de trabajo.

5. PRESENTACIÓN DE INSTRUCCIONES PARA EL JUEZ:

A continuación, a usted le presento el FOCUS GROUP que busca evaluar “Impacto de la gestión del Área de Imagen Institucional en la satisfacción laboral de los servidores del Proyecto Especial Chira Piura” elaborado por Oswaldo Eulogio Talavera García en el 2019 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

6. DIMENSIONES DEL INSTRUMENTO

OBJETIVO	ÍTEM	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Conocer las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual.	¿Cuál cree usted que son las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Conocer las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual.	¿Cuál cree usted que son las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores antes de su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Conocer las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual.	¿Cuál cree usted que son las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Conocer las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual.	¿Cuál cree usted que son las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores durante su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Conocer las	¿Cuál cree usted				

características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual.	que son las características positivas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Conocer las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual.	¿Cuál cree usted que son las características negativas del área de imagen institucional en la satisfacción laboral de los servidores después de su proceso de gestión actual?	4	4	4	4
Evaluar lo positiva y negativo desde lo previsto y no previsto de la gestión del área de Imagen Institucional.	¿Cuál cree usted que son las evaluaciones positivas y negativas desde lo previsto de la gestión del área de Imagen Institucional?	4	4	4	4


 Firma del evaluador