



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO  
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN  
RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

**Comunicación interna e identidad institucional en el Distrito  
Fiscal del Santa – Chimbote, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
Maestro en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa

**AUTOR:**

Chávez Pariona, Oscar (ORCID: 0000-0002-9187-2757)

**ASESOR:**

Mg. Fiestas Flores, Roberto Carlos (ORCID: 0000-0002-5582-0124)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2021**

## **Dedicatoria**

Con especial énfasis imperecedero, a  
Vicenta y Gonzalo, mis amados Padres.

A mi entrañable hermano, Julio César.

Gracias Dios por tener tu bendita mano  
señalando mi rumbo.

A mi hermana en el cariño, en la bondad y  
comprensión, Maristely.

A todos ellos porque contribuyeron a forjar  
mi camino hacia el logro de mis metas de  
superación y a valorar mis sueños.

Óscar

## **Agradecimiento**

En el brillo del Cielo siempre está Dios, para llenar mi corazón de mejores sentimientos. Gracias Mi Dios.

A la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porras, donde me forjaron en conocimientos, valores y humildad.

A mi muy querida estimada amiga, Eliennys Nayareth, quien a pesar de la distancia, me brindó su apoyo y ánimo para alcanzar esta fructífera etapa de mi trayectoria profesional.

A mis hermanos, Koko, Mickey, Víctor Hugo y Jorge. Y de manera póstuma a Orlando y Carlos Alberto.

.

El autor

## Índice de contenidos

|   |     |
|---|-----|
| Carátula  | i   |
| Dedicatoria   | ii  |
| Agradecimiento  | iii |
| Índice de contenidos                                  | iv  |
| Índice de tablas                                      | v   |
| RESUMEN   | vi  |
| ABSTRACT  | vii |
| I. INTRODUCCIÓN                                       | 1   |
| II. MARCO TEÓRICO                                     | 4   |
| III. METODOLOGÍA                                      | 14  |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación                   | 14  |
| 3.2. Variables y operacionalización                   | 15  |
| 3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis | 16  |
| 3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos   | 17  |
| 3.5. Procedimientos                                   | 18  |
| 3.6. Método de análisis de datos                      | 18  |
| 3.7. Aspectos éticos                                  | 18  |
| IV. RESULTADOS  | 19  |
| V. DISCUSIÓN  | 27  |
| VI. CONCLUSIONES                                      | 33  |
| VII. RECOMENDACIONES                                  | 34  |
| REFERENCIAS   | 35  |
| ANEXOS  | 43  |

## Índice de tablas

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1 Prueba de normalidad de comunicación interna e identidad institucional                             | 19 |
| Tabla 2 Relación entre comunicación interna e identidad institucional                                      | 20 |
| Tabla 3 Niveles de la comunicación interna   | 21 |
| Tabla 4. Niveles de la identidad institucional   | 22 |
| Tabla 5. Relación entre la dimensión Gestión de línea interna e identidad institucional                    | 23 |
| Tabla 6 Relación entre la dimensión comunicaciones en equipo e identidad institucional                     | 24 |
| Tabla 7 Relación entre la dimensión comunicaciones en torno a agendas de trabajo e identidad institucional | 25 |
| Tabla 8 Relación entre la dimensión comunicación corporativa e identidad institucional                     | 26 |

## RESUMEN

La investigación que se presenta planteó como objetivo determinar la relación entre la comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021, en toda su extensión y con toda fruición o empeño se siguió cuidadosamente cada indicación académica tanto como científica que solicita la Universidad César Vallejo. Toda la tesis se ciñó al enfoque cuantitativo, además no necesitó de experimentación alguna, su diseño más conveniente fue correlacional. Desde la institución mencionada hubo decisión y compromiso para colaborar, permitió que 202 de sus trabajadores administrativos fueron encuestados en forma personal, se les aplicó dos cuestionarios originales. Los resultados obtenidos permitieron conocer que el 62% de los trabajadores administrativos de la mencionada entidad reconocieron como inadecuada la comunicación interna en dicha entidad, además el 65% reconoció como inadecuada la comunicación interna. Como conclusión el valor de 0.837 correspondió a una correlación alta y positiva entre la comunicación interna e identidad institucional, en ese sentido si hay ascenso en las puntuaciones de una variable ocurrirá lo mismo con la otra, dicho valor es significativo (Sig. < 0.05), se trató en forma categórica de una correlación significativa, en caso haya repetición de mediciones se obtendrá definitivamente la misma tendencia nuevamente.

**Palabras clave:** Comunicación interna, identidad institucional, gestión de línea interna, comunicaciones en equipo y comunicación corporativa.

## ABSTRACT

The research presented set out as an objective to determine the relationship between internal communication and institutional identity in the Del Santa - Chimbote Fiscal District, 2021, in all its extension and with all fruition or commitment, each academic as well as scientific indication requested was carefully followed. the César Vallejo University. The entire thesis was limited to the quantitative approach, and it did not need any experimentation, its most convenient design was correlational. From the aforementioned institution there was a decision and commitment to collaborate, it allowed 202 of its administrative workers to be surveyed personally, two original questionnaires were applied to them. The results obtained revealed that 62% of the administrative workers of the aforementioned entity recognized the internal communication in said entity as inadequate, and 65% also recognized the internal communication as inadequate. In conclusion, the value of 0.837 corresponded to a high and positive correlation between internal communication and institutional identity, in that sense, if there is an increase in the scores of one variable, the same will happen with the other, said value is significant (Sig. <0.05) , it was categorically a significant correlation, in case there is repetition of measurements, the same trend will definitely be obtained again.

Keywords: Internal communication, institutional identity, internal line management, team communications and corporate communication.

## I. INTRODUCCIÓN

Las instituciones en el mundo tienen cada vez más un ritmo agitado en su funcionamiento y en este convergen muchos procesos internos, precisamente la comunicación interna e identidad institucional se han dinamizado mucho con sus propios problemas que atender, Mishra, et al. (2019) precisan que en un reporte de la PWC se da cuenta de que el 20% del compromiso que poseen los trabajadores se debe a las comunicaciones internas (p. 447).

Según Toppazzini (2019) el escenario mundial actual exige un replanteamiento de los esquemas comunicacionales en las organizaciones, ello consta con el cambio de paradigmas en las comunicaciones porque el entorno requiere de una cultura más inteligente y flexible, lo cual es posible con redes colaborativas (párr. 3). La prestigiosa agencia Conexión ESAN (22 de octubre del 2018) ha precisado que en un mundo globalizado como hoy las labores están basadas, precisamente, en herramientas digitales para potenciar el flujo de mensajes entre los trabajadores (párr. 1).

Martos (30 de abril del 2015) afirma que las organizaciones están absorbidas en una vorágine de trabajo muy exigente que privilegian sus ingresos pero descuidan las condiciones laborales y ello merma muchas veces la identidad corporativa, lamentablemente muchos directivos entienden, por tanto, no asumen el manejo de dicha variable la identidad corporativa, no es de extrañar ver casos seguidos de trabajadores que se desvinculan laboralmente dado su desinterés y desánimo que empieza poco a poco alejándose primero de las actividades institucionales (párr. 1). Actualmente operan equipos altamente especializados o cualificados para velar por la identidad corporativa lo cual hacen muchas marcas o corporaciones (Méndez, 22 de agosto del 2016, párr. 1).

En Perú, el diario El Comercio (2018), reportó que en muchas instituciones se suscitan dificultades respecto a la comunicación interna así como a la identidad corporativa. Según un informe de la agencia Aptitus el 81% de los



trabajadores cumple funciones dependiendo de la comunicación interna y por tanto requieren un soporte instrumental (computadoras, telefonías, etc.). Cabe agregar que hasta un 20% de los empleados percibe una inestabilidad en el clima organizacional lo cual los dispone a reducir su identidad institucional. (párr. 3).

En el portal del diario Gestión (29 de agosto del 2016), la especialista Glenda Umaña ha advertido que las entidades adolecen demasiado y desde hace mucho tiempo de problemas en su identidad corporativa. La autora ha prestado atención y énfasis en las circunstancias que generan dicho problema y ello precisamente ocurre porque se producen crisis en la reputación de las organizaciones. En muchas ocasiones se ha podido conocer que hay limitaciones en cuanto al equipamiento y falta de ciertas condiciones de trabajo. Gracias a los medios de comunicación se han reportado, periódicamente, casos críticos (quejas de trabajadores, denuncias de sindicatos, huelgas, etc.). Existe un letargo y conformismo en las gestiones que incurren en rutinas poco convenientes para los trabajadores al interior de las instituciones (párr. 1).

En el plano local opera el Distrito Fiscal del Santa ubicado en la ciudad de Chimbote, su dependencia inmediata es del Ministerio Público. Dicha entidad está abocada a la recepción de denuncias ya sea por maltrato infantil, violencia sexual o familiar, inclusive en contra de mujeres o menores de edad. Cuenta con Fiscalías Provinciales Especializadas en casos como Prevención del Delito y Anticorrupción, dado el elevado número de casos que se atienden existe un flujo constante de comunicaciones no solo entre trabajadores sino también con los ciudadanos, esta dinámica se distingue por la enorme presión laboral cada día, es decir, las comunicaciones requieren de mucha precisión, sobre todo con los mensajes que se emiten a los medios. El ritmo laboral es tan intenso que los directivos esperan mucha identidad institucional de sus empleados.

Como interrogante se tuvo en cuenta si ¿Existe relación entre la comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa

– Chimbote, 2021? La justificación se concentró en la conveniencia institucional que aportó la investigación pues profundizó el conocimiento del Distrito Fiscal del Santa por parte de sus trabajadores desde dos variables concretas, dicho tema porta una relevancia social enorme porque se trata de una entidad con mucha presión laboral, de allí lo necesario de abordar sus mediaciones, interacciones al interior. Los aportes de la comunicación organizacional aportaron el marco epistémico como valor teórico. Todas las recomendaciones alcanzadas redundaron en beneficio de la mencionada institución de ser tomadas en cuenta. Metodológicamente la utilidad radicó en la disponibilidad de los cuestionarios para la medición de las variables (comunicación interna e identidad institucional).

Los objetivos comprendieron uno general: Determinar la relación entre la comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021, además de objetivos específicos como: Identificar la percepción de la comunicación interna en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021, identificar la percepción de la identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021, conocer la relación entre la dimensión gestión de línea interna y la percepción de la identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021, conocer la relación entre la dimensión comunicaciones en equipo y la percepción de la Identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021, conocer la relación entre la dimensión comunicaciones en torno a agendas de trabajo y la percepción de la identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021 y conocer la relación entre la dimensión comunicación corporativa y la percepción de la identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021.

Las hipótesis fueron: (Hi) Existe relación entre la percepción de la comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021, y (Ho) No existe relación entre la comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

Existen antecedentes internacionales como el de Yue, et al. (2020) se plantearon como objetivo examinar el vínculo como sentimiento emocional al comunicarse, asimismo su identificación organizacional por parte de los empleados; fue un estudio no experimental y de tipo cuantitativo con diseño descriptivo y la muestra tuvo a 482 empleados y, teniendo como resultado que la comunicación en cuanto la identificación organizacional fue totalmente mediada por una posible cultura emocional. Como conclusión se afirmó que las comunicaciones internas efectivas fortalecen indirectamente la identificación organizacional de los empleados, ante todo, fomentando una cultura emocional en la que los empleados comparten y ello les produce el grado de identificación (p.18).

Andersson (2019) se propuso como objetivo sugerir una comprensión y abordaje de la comunicación responsable en empleados, el estudio agotó lo cuantitativo con un diseño exploratorio; su muestra comprendió 250 participantes encuestados y como resultado se conoció que los encuestados están satisfechos con la apertura del clima de comunicación interna, la comunicación de la alta dirección-empleado, la comunicación del supervisor inmediato, además se percibe la comunicación como importante; esto nos lleva a la conclusión que la responsabilidad para los trabajadores requiere de una gestión estratégica comunicacional que incorpore varios aspectos influyentes (p. 14).

Lemus (2014) tuvo en su investigación el objetivo de diagnosticar la identidad de los colaboradores con su institución y sus expectativas, así como la comunicación interna para socializar los principios de la entidad. Esta investigación fue de tipo mixta aunque con un diseño básico descriptivo; la muestra fue probabilística estratificada. En cuanto a instrumentos se diseñó un cuestionario con preguntas cerradas, así como una guía de conversación. Como resultado se obtuvo que, en la línea de la comunicación vertical, también señalaron que, si con dificultad la comunicación desciende, aunque el retorno (mensajes de los

colaboradores hacia las autoridades) resulta más complicado, incluso por diversas razones no llega hacia las instancias superiores. Como conclusión, para socializar los principios éticos de un organismo público, se debe poner a disposición de quienes quieran consultarlo, con un sencillo plan comunicacional, muy coherente y fundamentado en cuanto a su diagnóstico y teoría (p. 81).

Rodriguez (2018) tuvo como objetivo, determinar la relación posible entre comunicación interna y la cultura organizacional de los colaboradores administrativos de una universidad, lo metodológico fue cualitativo con un diseño básico descriptivo, se utilizó la encuesta como técnica. Para la muestra bastó 76 colaboradores administrativos. En cuanto al resultado, con relación a la comunicación con los superiores, el 56% de los encuestados calificaron como buena, un 23% dicen que la comunicación es regular y el 21% restante consideran que esta comunicación es mala. Concluye que los canales principales de comunicación más usados entre los colaboradores son los correos electrónicos y los encuentros informales, además, existe un alto nivel de flujo de información entre los colaboradores de cada facultad, por otro lado, mayoría del personal considera que la información recibida es clara y concisa, asimismo, la información recibida llega a tiempo, donde una tercera parte señala que a veces llega con anterioridad, en cuanto al flujo de comunicación dominante dentro de la Universidad es el vertical descendente, y existen falencias en el flujo horizontal, lo cual fue tomado en consideración en el plan propuesto (p.83).

Respecto a los estudios a nivel nacional, Domínguez (2020) cuyo objetivo en su estudio fue determinar la relación que existe entre la comunicación interna y la identidad corporativa de los trabajadores de la Corte Superior de Justicia del Santa (Chimbote). Empleó un enfoque cuantitativo, con un diseño descriptivo – correlacional. Así mismo la muestra estuvo conformada por 60 servidores judiciales, para ello se utilizó la encuesta. Como resultado, en cuanto al nivel de Comunicación interna que presentan los trabajadores de la Corte Superior de Justicia del Santa, el 58.3 %, muestra un nivel medio, el 40,0% un alto y el 1,7% un nivel bajo y, por otro

lado, en cuanto a nivel de Identidad corporativa que presentan los trabajadores de la Corte Superior de Justicia del Santa, el 56.7%, manifiestan un nivel medio el 41.7% un nivel alto y el 1.7% un nivel bajo. Se concluyó que la variable de Comunicación interna tiene una relación positiva moderada ( $p < .05$ ) y ( $r = -0.667$ ) con la variable Identidad corporativa en los trabajadores de la mencionada entidad (p.74).

Bendezú (2018) se planteó como objetivo determinar la relación existente entre los niveles de comunicación y la gestión directiva, en la I.E. Pedro Ruiz Gallo de Chorrillos, en el 2017, fue una investigación de tipo cuantitativo con un diseño correlacional; tuvo una muestra de 40 personas; y como resultado se obtuvo que el 55% manifestaron que el tipo de comunicación predominante es la lateral u horizontal para formular objetivos y políticas institucionales. Se concluyó que la mayoría del personal está de acuerdo con el empleo de los instrumentos escritos de Comunicación en la institución (p. 92).

Charry (2018) tuvo como principal objetivo establecer la correlación entre comunicación interna y clima organizacional, mediante una investigación cuantitativa de diseño no experimental a partir de una muestra de 200 trabajadores seleccionados probabilísticamente y en forma estratificada. Se utilizó la encuesta. Los resultados muestran la existencia de una correlación significativa positiva muy fuerte de  $r = 0.959$  entre la gestión de la comunicación interna y el clima organizacional (Correlación de Pearson) a nivel del 0.01 y una probabilidad de error menor al 5.0%. Las conclusiones del estudio permiten precisar una correlación significativa entre la comunicación interna y las dimensiones: Grado de estructura y su influencia en el cargo; consideración, entusiasmo y apoyo; orientación hacia la recompensa y orientación hacia el desarrollo y promoción en el trabajo. Finalmente, el 56.5% refiere que predomina la comunicación interna ineficaz (p. 13).

Estela (2018) planteó como objetivo analizar cómo se establece la relación entre la comunicación interna con la imagen institucional de las áreas

jurisdiccional, fiscal y administrativa del Fuero Militar Policial en el contexto peruano; la investigación fue de tipo cuantitativa, con diseño aplicativo de nivel descriptivo-correlacional; aplicó el muestreo proporcional y utilizó la técnica del fichaje. Como resultado se observa que la probabilidad (0.00) es menor al valor de significancia  $\alpha = 0.05$ , lo que nos indica que se rechaza la hipótesis nula, pudo concluirse, por tanto en que existe relación significativa entre la comunicación interna y la imagen institucional, manifestada por los entrevistados de las áreas jurisdiccional, fiscal y administrativa del fuero militar policial, cercado de Lima, año 2018, se trató de una relación positiva moderada (p.126).

El enfoque de la comunicación interna más conveniente es el funcionalismo, es decir, la corriente de las ciencias sociales que explica y justifica la presencia de mecanismos y fenómenos en la realidad precisamente por su utilidad, el funcionalismo pertenece a Malinowski (1923) como se citó en Kapur (2018, p. 2)

Hayase (2009) define comunicación interna como un intercambio de informaciones que pueden ser informales como formales entre la dirección y los trabajadores al interior de una institución (p. 15). Para Wech (2015) es toda gestión de las relaciones e interacciones en forma estratégica que involucra a todos los niveles y áreas dentro de una organización (p. 5). Para Verghese (2017) como comunicación interna se comprende toda la gestión respecto a las interacciones y relaciones estratégicas que contribuyen impactando en la efectividad organizacional, es decir, comprende un despliegue de mensajes al interior para mantener todos los procesos que forman al sistema de informaciones en la totalidad de niveles. La comunicación interna difunde y comparte los conocimientos y al mismo tiempo permite el intercambio de criterios (p. 104).

La importancia de la comunicación interna radica a criterio de Jakubiec (2019) en que gracias a ella se coordinan las actividades necesarias en una forma reconocible, organizada y sostiene, hace posible que se conecten como un colectivo varios, inclusive hasta para actuar. Con las

comunicaciones internas se crea y sostiene la estructura organizacional misma en una sociedad. Cabe resaltar su contribución eficaz al funcionamiento correcto del sistema de gestión, también permite adaptarse entre la variedad de los canales de comunicación más desarrollados y adecuados (p. 1).

Sobre las implicancias de la comunicación interna en el trabajo, la agencia SocialChorus (2021) refiere que en el siglo 21 las comunicaciones internas se encuentran muy afectadas; primero por las adaptaciones a los cambios tecnológicos, lo segundo porque está transformando a los trabajadores, es decir, hoy se cuenta una fuerza laboral mucho más dispersa, se trata de dos tendencias de vanguardia muy propias al actual entorno que busca siempre niveles altos de eficiencia y productividad (párr. 1).

En cuanto a la medición de la comunicación interna, DeMaría (2016) afirma que cuando hay un interés en la efectividad de las comunicaciones internas lo técnicamente ideal es realizar auditorías, en estas se aplican herramientas para ver lo centrada que fue su gestión, en ella se consideran las opiniones de los interlocutores (p. 72). Los niveles de efectividad de la comunicación interna son según Verghese (2017) muy marcados, la comunicación interna es eficaz cuando es un importante activo porque contribuye con el sentido de pertenencia, mejora las relaciones y construye un sólido compromiso organizacional. Este primer nivel crea conciencia organizacional y permite ganar confianza ya que involucra a los empleados. Corresponde al caso en que los empleados se sienten parte importante e interesada por la reputación corporativa y sienten comodidad en ser embajadores de la marca. Si la comunicación interna es ineficaz la evidencia a la vista está en la circulación de rumores así como incertidumbre sobre muchas cosas en los trabajadores, estos ,por tanto, no podrían ser catalizadores de cambio dentro (p. 104).

Respecto a las dimensiones de la comunicación interna, Welch & Jackson (2007) las abordan como sigue: Gestión de línea interna, esta dimensión se aboca a personalizar la comunicación por cada trabajador según la

circunstancia lo requiera. Tiene por indicadores a: Comunicación unidireccional y comunicación bidireccional.

Comunicaciones en equipo, referida como la circulación de mensajes en circunstancias en que los trabajadores se reúnen para realizar tareas o discusiones dentro de algún equipo. Tiene por dimensiones a: Articulación, inclusión y complementación (Madsen, 2017, p. 4).

Comunicaciones en torno a agendas de trabajo, se trata del involucramiento de participaciones para la realización de las actividades o proyectos que se plasman. Tiene por indicadores a: Comunicaciones para actividades institucionales y comunicaciones para actividades extra institucionales.

Comunicación corporativa, constituye la comunicación en conjunto, es decir la circulación de mensajes por su dirección y contenidos. Tiene por indicadores a: Los códigos, la claridad de los mensajes, los medios disponibles y las barreras de la comunicación existentes (Zaumane, 2018, p. 93).

Se define identidad corporativa según Monfort, et al. (2015) como un vínculo entre los trabajadores y la organización en las que se desempeñan laboralmente, dicho sentimiento de relación visibiliza los reales atributos organizacionales (logotipos, música, olores, colores, corporativos, etc.). Una identidad corporativa es aquello que una entidad puede expresar de sí misma (p. 31). Jaén (2016) como el reconocimiento de la cercanía de una persona respecto a una institución, a su constitución y desempeño organizacional, en particular con el arraigo de su filosofía y cultura corporativa, así como sus rasgos identitarios (p. 353).

Para Melewar, et al. (2018) se compone de un cúmulo de rasgos o particularidades que pertenecen a una sola institución por las cuales sus trabajadores sienten pertenencia e identificación, se edifica con los comportamientos de todos y lo que finalmente hacen dentro (p. 8). Para De



Miranda, et al. (2021) una identidad institucional constituye la percepción que tiene los miembros respecto a una organización con la que tienen vínculos laborales derivando de dicha condición su identificación o no. Es el sentimiento consciente de la identificación que se tiene con alguna organización en la que se trabaja (p. 2).

Como características de la identidad institucional, Rust (2019) señala que mucho depende de las adaptaciones que pueden hacer las personas, para mantenerse en el tiempo, dependen de continuidad que se asume como ritmo dentro de una institución (p. 2). Según De Miranda, et al. (2021) el desarrollo de la identidad es mediante interacciones, tiene un comportamiento muy dinámico pues está en permanente construcción, puede entenderse como un proceso (aunque algunas características podrían ser permanentes), permite que sus miembros vean a la organización como una sola. Los componentes organizacionales (misión, objetivo, valores y prácticas son ejemplos muy buenos de elementos que posibilitan a darle forma, en toda entidad la identidad institucional es inevitable, no existe identidad sin identidad, tiene por desafío verdadero establecer los rasgos para su identificación, su funcionamiento es como una fuerza de protección, desencadena procesos emocionales que impulsan la creatividad en cada actividad, estimula el fortalecimiento para trabajar (p. 2).

La formación de la identidad institucional a criterio de Capriotti (2013) constituye una gesta de la personalidad en lo organizacional, implica un proceso en el que se sigue un camino u orientación, requiere de una conducción ya que es la única forma de poder responder a inquietudes respecto a lo que la entidad hace, dónde lo hace, qué hace, cómo lo viene haciendo, a quién o quienes se dirige este procesos, de qué forma serán reconocidos, la respuesta es ese conocimiento denominado identidad corporativa (p. 32). Se ha abordado la identidad institucional desde su complejidad, Adler & Lalonde (2020) consideran que hay un debate respecto a si son las creencias y valores pasados los que definen la identidad en una institución o en verdad se debe a un identitario

pragmatismo que se vincula al juicio inmediato. Hay especialistas que sugieren que la identidad institucional es un sentir concreto que puede pasar por la reflexividad a modo de conversación interna y reconocerla. Los individuos reparan en su singularidad actitudinal cuando se relacionan con una determinada situación o con todo lo que le rodea (p. 125).

Gestionar la identidad institucional tiene por finalidad según Varsha et al. (2016) aporta una contribución por orientar la atención en forma concreta a aspectos internos y externos de tal forma que permite diferenciar a una entidad de otra. La identidad corporativa sirve como una aceptada herramienta premeditada y operativa con fines de obtención de una competitiva en la sociedad. Las implicaciones de su gestión aspiran a que las partes interesadas forjen una relación sostenida en la confianza que ayuda a establecer una identidad corporativa y una marca sólida. Esto contribuye a formar una imagen adecuada (p. 8). Sharma y Shruti (2015) afirman que en condiciones de complejidad, gestar una identidad corporativa permite consolidar organizaciones emergentes con un renovado compromiso y desarrollo en sus integrantes (p. 12). Albassami, et al. (2015) argumentan que la identidad corporativa bien gestionada puede convertirse en una palanca elemental para elevar las básicas competencias en fortaleza y bienestar institucional (p. 9).

Para Birkigt y Stadler (como se citó en Currás, 2010, p. 35), la composición de dimensiones que estructuran la identidad institucional son: Identificación con la personalidad, tiene que ver con el vínculo cuya centralidad es filosófica, tiene que ver además con la forma de pensar que se asume en la organización. La identificación de los trabajadores según Başı & Bertemel (2016) se orienta a la representación de lo que una entidad es como un todo y al mismo tiempo lo que quiere ser (p. 3). Sus indicadores: La filosofía corporativa, la cultura corporativa y las políticas organizacionales.

Identificación con el comportamiento organizacional, básicamente para Hoffarth (2018) tiene que ver con todas las manifestaciones de trabajo sean

técnicas, operativas, de logística, evaluación, etc., estas arrancan un parecer a los trabajadores, no pueden ser indiferentes a lo que sucede dentro, dicho proceso es como una adaptación y es de orden psicológico (p. 2). Radović, et al. (2020) afirman que los trabajadores en su despliegue permiten en general ver conductas, todo proceder en horario de trabajo contribuye a una dinámica institucional que la hace típica y sus participaciones llegan a pareceres y conclusiones al respecto (p. 34). Sus indicadores son: Relaciones entre trabajadores, relaciones con los superiores y el cumplimiento de roles y labores.

Identificación con la comunicación corporativa, Nielsen & Thomsen (2018) afirman que es la percepción respecto a los procesos implicados en el flujo de mensajes, en todas las entidades circulan diferentes órdenes, convocatorias, aclaraciones, llamadas de atención, solicitudes y muchos mensajes más (p. 4). Según Stobierski (18 de julio del 2019) las comunicaciones al interior de una institución establecen conexiones con muchas personas, a veces no todos en la misma frecuencia ni intensidad, las interrelaciones entonces acercan o distancian trabajadores, de ello se deriva una red o articulación de mensajes que al mismo tiempo lo es de personas y estas tienen sus propias impresiones (párr. 2). Cada trabajador puede, por tanto, comunicar algo de la entidad en relación a las interrelaciones. Tiene por indicadores a: Las emisiones de mensajes, las recepciones de mensajes, la retroalimentación y el tratamiento de las agendas.

Identificación con la identidad visual, para Mañas, et al. (2020) comprende la percepción visual de los rasgos de la organización, estos se distinguen por su diseño, color, forma y estilo propio. Los empleados se hacen una idea de los rasgos semióticos, no solo los reconoce sino que a partir de su desempeño laboral tendrá una percepción y una postura al respecto, si los símbolos portan alguna representación institucional, es posible que sus integrantes valoren o hagan estimaciones determinadas no solo por su diseño, dimensiones y formas sino también por la forma en que se percibe dentro (p. 136). Las organizaciones suelen designar a expertos del diseño

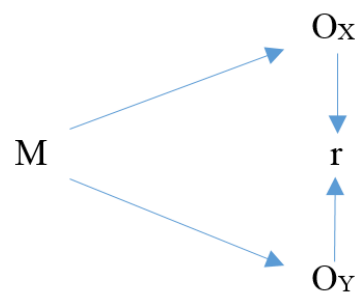
para renovar sus rótulos, sus logotipos, su eslogan institucional, en esencia es una gesta llevada a cabo con la diversidad y cromática creatividad que se tenga al alcance. Según Foroudi, et al. (2020) la identidad visual tiene que ver con el diseño del nombre corporativo por ser parte característica de su personalidad (sobre todo hacia afuera), Toda identidad visual puede percibirse y reconocerse por sus trabajadores dado que les resulta muy significativa, asimismo también resulta igual al público externo, es en verdad un imprescindible elemento para la identificación de la organización. Debe precisarse que la identidad visual es una construcción, por ello se asumen rasgos propios y ocasionalmente también ajenos (adaptados), sin embargo la idea es la búsqueda de la cuota mayor de originalidad (párr. 1). Se compone de indicadores como: Los signos corporativos, la cromática corporativa y la tipografía.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación

Para Kothari, (2018) cuando una investigación prescinde de innovaciones o cambios en la realidad se le denomina básica (p. 27). Según Bernal (2010) las investigaciones cuantitativas requieren del método deductivo para discutir sus resultados con los fundamentos teóricos con aplicación transversal de los instrumentos (p. 58).

Cuando se trata del enfoque, Bernardo, et al. (2019) precisan que lo cuantitativo prioriza la medición de variables y el procesamiento estadístico de sus resultados con orientación no experimental (p. 21). La presente investigación se ciñó a lo descrito. Sánchez y Reyes (2016) afirman que los diseños correlacionales entre variables requieren previa cuantificación por cada elemento o unidad de análisis, luego las puntuaciones son sometidas a un coeficiente de correlación estadística (p. 48), el esquema que representó lo correlacional como sigue:



M: muestra

r: relación

OX: Comunicación interna.

OY: Identidad institucional.

## 3.2 Variables y operacionalización

### Variable 1: Comunicación interna.

- **Definición conceptual:** Verghese (2017) define comunicación interna como toda la gestión respecto a las interacciones y relaciones estratégicas que contribuyen impactando en la efectividad organizacional, es decir, comprende un despliegue de mensajes al interior para mantener todos los procesos que forman al sistema de informaciones en la totalidad de niveles. La comunicación interna difunde y comparte los conocimientos y al mismo tiempo permite el intercambio de criterios (p. 104).
- **Definición operacional:** Conjunto de percepciones de la variable comunicación interna a partir de la medición en conjunto y por sus dimensiones.
- **Indicadores:** Comunicación unidireccional, comunicación bidireccional, articulación, inclusión, complementación, comunicaciones para actividades institucionales, comunicaciones para actividades extra institucionales, códigos, claridad de los mensajes, los medios disponibles y barreras de la comunicación existentes.
- **Escala:** Ordinal.

### Variable 2: Identidad institucional.

- **Definición conceptual:** Para De Miranda, et al. (2021) una identidad institucional constituye la percepción que tiene los miembros respecto a una organización con la que tienen vínculos laborales derivando de dicha condición su identificación o no. Es el sentimiento consciente de la identificación que se tiene con alguna organización en la que se trabaja (p. 2).
- **Definición operacional:** Conjunto de percepciones de la variable identidad institucional a partir de la medición en conjunto y por sus dimensiones.
- **Indicadores:** La filosofía corporativa, la cultura corporativa, las políticas organizacionales, relaciones entre trabajadores, relaciones con los superiores, cumplimiento de roles y labores, emisiones de mensajes, recepciones de mensajes, retroalimentación, tratamiento de las agendas, signos corporativos, cromática corporativa y tipografía.
- **Escala:** Ordinal.

### 3.3 Población, muestra y muestreo

#### Población

La población se constituyó por un total de elementos a estudiar, para el caso del presente estudio comprendió los 424 trabajadores administrativos del Distrito Fiscal del Santa ubicado en la ciudad de Chimbote.

#### Muestra

Dado que una muestra es siempre representativa se procedió a aplicar la fórmula de poblaciones finitas:

$$n = \frac{NZ^2 pq}{(N - 1)E^2 + Z^2 pq}$$

Leyenda:

Z: 1,96 (95%)

E: 0.05

p: 0.5

q: 0.5

N: 424

Al reemplazar valores:

$$n = \frac{424 (1,96)^2 (0.5) (0.5)}{(424 - 1) (0.05)^2 + (1,96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{424 (3.8416) (0.25)}{423 (0,0025) + (3,8416) (0.25)}$$

$$n = \frac{(424) 0,9604}{1,0575 + 0,9604}$$

$$n = \frac{407.2096}{2.0179}$$

$$n = 201.79$$

### **Muestreo**

La muestra se redujo a 202 trabajadores del Distrito Fiscal del Santa ubicado en la ciudad de Chimbote obtenido por muestreo probabilístico, además la selección de dichos elementos fue aleatorio.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

**Técnica.** Gómez (2012) sugiere analizar la viabilidad alternativa para abordar las variables, entre ellas propone la encuesta dirigida a personas (p. 58).

**Instrumento.** De acuerdo a la técnica antes precisada, se consideró el cuestionario con preguntas cerradas y de opción única.

El “Cuestionario respecto a la comunicación interna” (Anexo 2) constó de 16 interrogantes de orientación positiva, en cada una sus alternativas fueron cinco: Muy en desacuerdo (MD) y su puntaje fue 1, Desacuerdo (D) en este caso su puntaje fue 2, Indeciso (I) con puntaje 3, De acuerdo (A) con puntaje 4 y Muy de acuerdo (MA) con puntaje 5. Los niveles de la variable aludidos fueron: Inadecuada comunicación interna (16 – 37), regular comunicación interna (38 – 59) y adecuada comunicación interna (60 – 80).

El “Cuestionario respecto a la Identidad Institucional” constó también de 16 interrogantes de orientación positiva, en cada una sus alternativas fueron cinco: Muy en desacuerdo (MD) y su puntaje fue 1, Desacuerdo (D) en este caso su puntaje fue 2, Indeciso (I) con puntaje 3, De acuerdo (A) con puntaje 4 y Muy de acuerdo (MA) con puntaje 5. Los niveles de la variable aludida fueron: Baja identidad institucional (16 – 37), regular identidad institucional (38 – 59) y alta identidad institucional (60 – 80).



Ambos instrumentos fueron sometidos a estricta revisión por especialistas, estos avalaron su validez formalmente con documentos oficiales, asimismo, pudo aplicarse ambos instrumentos en una prueba piloto con 15 voluntarios, derivado de ello se obtuvo una confiabilidad en cada caso (0.832 en el caso de la Comunicación interna y 0.918 en el de Identidad institucional).

### **3.5 Procedimientos**

Además del trabajo de gabinete, se procedió con la solicitud expresa y formal de colaboración con el llenado de instrumentos por los seleccionados en el Distrito Fiscal del Santa ubicado en la ciudad de Chimbote. Aprobada la petición se realizaron las coordinaciones de la aplicación de instrumentos (horario, lugar, etc.). La administración de los cuestionarios se realizó a cargo del investigador.

### **3.6 Método de análisis de datos**

Con los datos recopilados se generó una base de datos electrónicamente mediante el programa SPSS en su versión 25, al contar con una base de datos se aplicó la estadística descriptiva, es decir se obtuvieron tablas de frecuencia. Para las contrastaciones estadísticas se empleó la estadística inferencial, específicamente alguna prueba de correlación con tablas de resumen previa selección tras la aplicación de la prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov.

### **3.7 Aspectos éticos**

El trabajo de gabinete y de campo así como coordinaciones administrativas se acató por el autor con un comportamiento ético, cada dato bibliográfico, hemerográfico se respetó otorgando siempre el citado debido de cada fuente tras su consulta, en el caso de los aportes por los colaboradores se respetó en toda su extensión para garantizar la originalidad. Se dejó constancia del compromiso de cumplir y aportar a la ciencia, en particular a la especialidad de la mención del programa de posgrado de la Maestría en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa.

#### IV. RESULTADOS

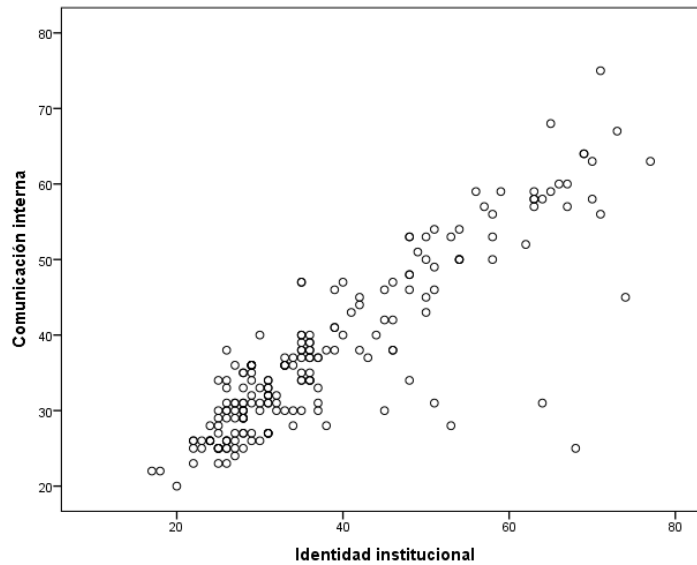


Figura 01

*Relación entre comunicación interna e identidad institucional*

En la figura 1 hay evidencia una positiva tendencia entre las variables comunicación interna e identidad institucional, en ese sentido en cuanto mientras mayores sean los puntajes de comunicación interna lo mismo ocurrirá con los de identidad institucional guardando a la vez una relación.

Tabla 01

*Prueba de normalidad de comunicación interna e identidad institucional*

| Normalidad              | Shapiro-Wilk |     |      |
|-------------------------|--------------|-----|------|
|                         | Estadístico  | gl  | Sig. |
| Comunicación interna    | ,910         | 202 | ,000 |
| Identidad institucional | ,878         | 202 | ,000 |

Se asumió que en este caso la hipótesis nula (Ho) que niega diferencias en las puntuaciones, por tanto hay una distribución normal por tratarse de datos homogéneos, lo contrario son puntuaciones que no tienen una distribución normal. Si el P-valor es mayor a 0.05 se da por aceptada la Ho, en caso sea menor al 0.05 se rechaza la Ho. Tras obtenerse 0,000 por cada variable (menores a 0.05), se afirma que carecen de una distribución normal.

Tabla 02

*Relación entre comunicación interna e identidad institucional*

| Rho de Spearman      |                             | Identidad institucional |
|----------------------|-----------------------------|-------------------------|
| Comunicación interna | Coefficiente de correlación | ,837**                  |
|                      | Sig. (bilateral)            | ,000                    |
|                      | N                           | 202                     |

*Fuente: Trabajadores administrativos del Distrito Fiscal del Santa  
Elaboración propia*

Según la tabla 02, el valor de 0.837 correspondió a una correlación alta y positiva entre la comunicación interna e identidad institucional, en ese sentido si hay un ascenso en las puntuaciones de una variable ocurrirá lo mismo con la otra, en caso disminuya en una también disminuirá en la otra. Dicho valor es significativo (Sig. < 0.05), eso quiere decir que en caso haya repeticiones o nuevas mediciones se obtendrá la misma tendencia nuevamente.

Tabla 03

*Niveles de la comunicación interna*

| Niveles    | Frecuencia | Porcentaje |
|------------|------------|------------|
| Inadecuada | 126        | 62,4       |
| Regular    | 67         | 33,2       |
| Adecuada   | 9          | 4,5        |
| Total      | 202        | 100,0      |

*Fuente: Trabajadores administrativos del Distrito Fiscal del Santa  
Elaboración propia*

De acuerdo a la tabla 03, el 62% de los trabajadores administrativos del Distrito Fiscal del Santa reconocieron como inadecuada la comunicación interna en dicha entidad lo cual evidencia problemas con la circulación de mensajes, un 33% solo lo consideró como regular y el restante 4.5% en el nivel de adecuada, siendo esta última cifra la menor.

Tabla 04

*Niveles de la identidad institucional*

| Niveles | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| Baja    | 132        | 65,3       |
| Regular | 48         | 23,8       |
| Alta    | 22         | 10,9       |
| Total   | 202        | 100,0      |

*Fuente: Trabajadores administrativos del Distrito Fiscal del Santa  
Elaboración propia*

De acuerdo a la tabla 04, el 65% de los trabajadores administrativos del Distrito Fiscal del Santa reconocieron como baja identidad institucional en dicha entidad, ello revela que la relación trabajador – institución es meramente contractual, apenas un 33% solo lo consideró como regular y el restante 4.5% en el nivel de alta.

Tabla 05

*Relación entre la dimensión Gestión de línea interna e identidad institucional*

| Rho de Spearman          |                             | identidad institucional |
|--------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| Gestión de línea interna | Coefficiente de correlación | ,390**                  |
|                          | Sig. (bilateral)            | ,000                    |
|                          | N                           | 202                     |

*Fuente: Trabajadores administrativos del Distrito Fiscal del Santa  
Elaboración propia*

De acuerdo a la tabla 05, el valor de 0.390 correspondió a una correlación baja y positiva entre la dimensión Gestión de línea interna y la variable identidad institucional, en ese sentido si hay un aumento en las puntuaciones de una parte ocurrirá lo mismo con la otra, dicho valor es significativo (Sig. < 0.05), se trata de una correlación significativa, en caso haya repetición de mediciones se obtendrá la misma tendencia nuevamente.

Tabla 06

*Relación entre la dimensión comunicaciones en equipo e identidad institucional*

| Rho de Spearman          |                             | identidad institucional |
|--------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| Comunicaciones en equipo | Coefficiente de correlación | ,452**                  |
|                          | Sig. (bilateral)            | ,000                    |
|                          | N                           | 202                     |

*Fuente: Trabajadores administrativos del Distrito Fiscal del Santa  
Elaboración propia*

De acuerdo a la tabla 06, el valor de 0.452 correspondió a una correlación media y positiva entre la dimensión comunicaciones en equipo y la variable identidad institucional, en ese sentido si hay ascenso en las puntuaciones de una parte ocurrirá lo mismo con la otra, dicho valor es significativo (Sig. < 0.05), se trata de una correlación significativa, en caso haya repetición de mediciones se obtendrá la misma tendencia nuevamente.

Tabla 07

*Relación entre la dimensión comunicaciones en torno a agendas de trabajo e identidad institucional*

| Rho de Spearman                              |                             | identidad institucional |
|--|-----------------------------|-------------------------|
| Comunicaciones en torno a agendas de trabajo | Coefficiente de correlación | ,666**                  |
|  | Sig. (bilateral)            | ,000                    |
|  | N                           | 202                     |

*Fuente: Trabajadores administrativos del Distrito Fiscal del Santa  
Elaboración propia*

De acuerdo a la tabla 07, el valor de 0.666 correspondió a una correlación media y positiva entre la dimensión comunicaciones en torno a agendas de trabajo y la variable identidad institucional, en ese sentido si hay aumento en las puntuaciones de una parte ocurrirá lo mismo con la otra, dicho valor es significativo (Sig. < 0.05), se trata de una correlación significativa, en caso haya repetición de mediciones se obtendrá la misma tendencia nuevamente.



Tabla 08

*Relación entre la dimensión comunicación corporativa e identidad institucional*

| Rho de Spearman          |                             | identidad institucional |
|--------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| Comunicación corporativa | Coefficiente de correlación | ,520**                  |
|                          | Sig. (bilateral)            | ,000                    |
|                          | N                           | 202                     |

*Fuente: Trabajadores administrativos del Distrito Fiscal del Santa  
Elaboración propia*

De acuerdo a la tabla 08, el valor de 0.520 correspondió a una correlación media y positiva entre la dimensión comunicación corporativa y la variable identidad institucional, en ese sentido si hay aumento en las puntuaciones de una parte ocurrirá lo mismo con la otra, dicho valor es significativo (Sig. < 0.05), se trata de una correlación significativa, en caso haya repetición de mediciones se obtendrá la misma tendencia nuevamente.

## V. DISCUSIÓN

La investigación planteó como objetivo determinar la relación entre la comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021, por tanto se procedió a establecer las tendencias con las variables y en la figura 01 (gráfica de dispersión) se constató hay evidencia de una positiva tendencia entre las variables comunicación interna e identidad institucional, en ese sentido en cuanto mientras mayores sean los puntajes de comunicación interna lo mismo ocurrirá con los de identidad institucional guardando a la vez una relación.

De inmediato se procedió a aplicar electrónicamente la Prueba de normalidad de comunicación interna e identidad institucional (Shapiro-Wilk) cuyos valores fueron 0.000 y 0.000 respectivamente, al corroborarse que  $P\text{-valor} < 0.05$ , se dio por rechazada la Hipótesis nula ya que los puntajes en ambos casos carecen de una distribución normal.

Se procedió a contrastar los resultados entonces para consolidar lo planteado como objetivo general, según la tabla 02, el valor de 0.837 correspondió a una correlación alta y positiva entre la comunicación interna e identidad institucional, en ese sentido si hay ascenso en las puntuaciones de una variable ocurrirá lo mismo con la otra, dicho valor es significativo (Sig. < 0.05), se trata de una correlación significativa, en caso haya repetición de mediciones se obtendrá la misma tendencia nuevamente, ello coincide con lo aportado por Domínguez (2020) quien en sus resultados en cuanto al nivel de comunicación interna que presentan los trabajadores de la Corte Superior de Justicia del Santa, el 58.3 %, muestra un nivel medio, el 40,0% un alto y el 1,7% un nivel bajo y, por otro lado, en cuanto a nivel de Identidad corporativa que presentan los trabajadores de la Corte Superior de Justicia del Santa, el 56.7%, manifiestan un nivel medio el 41.7% un nivel alto y el 1.7% un nivel bajo. Se concluyó que la variable de Comunicación interna tiene una relación positiva moderada ( $p < .05$ ) y ( $r =$

0.667) con la variable Identidad corporativa en los trabajadores de la mencionada entidad (p.74).

Derivado de lo anterior, la hipótesis de investigación Existe relación entre la percepción de la comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021 pudo afirmarse y por tanto se rechazó la hipótesis nula, dicha tendencia empalma con lo aportado por Jakubiec (2019) es decir que gracias tal correlación se coordinan las actividades necesarias en una forma reconocible, organizada y sostiene, hace posible que se conecten como un colectivo (p. 1), lo expuesto indica que la comunicación interna fluye al mismo ritmo que la identidad institucional

De acuerdo a la tabla 03, el 62% de los trabajadores administrativos del Distrito Fiscal del Santa reconocieron como inadecuada la comunicación interna en dicha entidad, un 33% solo lo consideró como regular y el restante 4.5% en el nivel de adecuada, dicho resultado es contrario a lo hallado por Andersson (2019) quien como resultado expuso que los encuestados están satisfechos con la apertura del clima de comunicación interna, la comunicación de la alta dirección-empleado, la comunicación del supervisor inmediato, además se percibe la comunicación como importante; esto nos lleva a la conclusión que la responsabilidad para los trabajadores requiere de una gestión estratégica comunicacional que incorpore varios aspectos influyentes (p. 14), la misma oposición se distingue al compararse los hallazgos de Rodríguez (2018) tuvo como objetivo, determinar la relación posible entre comunicación interna y la cultura organizacional de los colaboradores administrativos de una universidad, lo metodológico fue cualitativo con un diseño básico descriptivo, se utilizó la encuesta como técnica. Para la muestra bastó 76 colaboradores administrativos. En cuanto al resultado, con relación a la comunicación con los superiores, el 56% de los encuestados calificaron como buena, un 23% dicen que la comunicación es regular y el 21% restante consideran que esta comunicación es mala. Concluye que los canales principales de comunicación más usados entre los colaboradores

son los correos electrónicos y los encuentros informales, además, existe un alto nivel de flujo de información entre los colaboradores de cada facultad, por otro lado, mayoría del personal considera que la información recibida es clara y concisa, asimismo, la información recibida llega a tiempo, donde una tercera parte señala que a veces llega con anterioridad, en cuanto al flujo de comunicación dominante dentro de la Universidad es el vertical descendente, y existen falencias en el flujo horizontal, lo cual fue tomado en consideración en el plan propuesto (p.83).

Considerando lo anterior no se toma en cuenta la importancia de la comunicación interna que radica a criterio de Jakubiec (2019) en que gracias a ella se coordinan las actividades necesarias en una forma reconocible, organizada y sostiene, hace posible que se conecten como un colectivo varios, inclusive hasta para actuar. Con las comunicaciones internas se crea y sostiene la estructura organizacional misma en una sociedad. Cabe resaltar su contribución eficaz al funcionamiento correcto del sistema de gestión, también permite adaptarse entre la variedad de los canales de comunicación más desarrollados y adecuados (p. 1). Cabe precisar que ha quedado en evidencia el enfoque de la comunicación interna conocida como funcionalismo, es decir, la corriente de las ciencias sociales que explica y justifica la presencia de mecanismos y fenómenos en la realidad precisamente por su utilidad, el funcionalismo pertenece a Malinowski (1923) como se citó en Kapur (2018, p. 2)

Se ha definido identidad corporativa según Monfort, et al. (2015) como un vínculo entre los trabajadores y la organización en las que se desempeñan laboralmente, dicho sentimiento de relación visibiliza los reales atributos organizacionales (logotipos, música, olores, colores, corporativos, etc.). Una identidad corporativa es aquello que una entidad puede expresar de sí misma (p. 31), en ese sentido de acuerdo a la tabla 04, el 65% de los trabajadores administrativos del Distrito Fiscal del Santa reconocieron como baja identidad institucional en dicha entidad, un 33% solo lo consideró como regular y el restante 4.5% en el nivel de alta, la tendencia evidencia una crítica formación de la identidad institucional a criterio de Capriotti

(2013) no constituye una gesta de la personalidad en lo organizacional, implica un proceso en el que se sigue un camino u orientación, requiere de una conducción ya que es la única forma de poder responder a inquietudes respecto a lo que la entidad hace, dónde lo hace, qué hace, cómo lo viene haciendo, a quién o quienes se dirige este procesos, de qué forma serán reconocidos, la respuesta es ese conocimiento denominado identidad corporativa (p. 32).

De acuerdo a la tabla 05, el valor de 0.390 correspondió a una correlación baja y positiva entre la dimensión Gestión de línea interna y la variable identidad institucional, en ese sentido si hay ascenso en las puntuaciones de una parte ocurrirá lo mismo con la otra, dicho valor es significativo (Sig. < 0.05), se trata de una correlación significativa, en caso haya repetición de mediciones se obtendrá la misma tendencia nuevamente, este resultado es similar a lo que obtuvo Lemus (2014) llegó a conocer que en la línea de la comunicación vertical, también señalaron que, si con dificultad la comunicación desciende, aunque el retorno (mensajes de los colaboradores hacia las autoridades) resulta más complicado, incluso por diversas razones no llega hacia las instancias superiores. Como conclusión, para socializar los principios éticos de un organismo público, se debe poner a disposición de quienes quieran consultarlo, con un sencillo plan comunicacional, muy coherente y fundamentado en cuanto a su diagnóstico y teoría (p. 81), Welch & Jackson (2007) señala que la gestión de línea interna es una dimensión se aboca a personalizar la comunicación por cada trabajador según la circunstancia lo requiera.

Las comunicaciones en equipo, referida como la circulación de mensajes en circunstancias en que los trabajadores se reúnen para realizar tareas o discusiones dentro de algún equipo (Madsen, 2017, p. 4), de acuerdo a la tabla 06, el valor de 0.452 correspondió a una correlación media y positiva entre la dimensión comunicaciones en equipo y la variable identidad institucional, en ese sentido si hay ascenso en las puntuaciones de una parte ocurrirá lo mismo con la otra, dicho valor es significativo (Sig. < 0.05), se trata de una correlación significativa, en caso haya repetición de

mediciones se obtendrá la misma tendencia nuevamente, en este caso hay similitud con los hallazgos de Charry (2018) quien en su investigación cuantitativa de diseño no experimental a partir de una muestra de 200 trabajadores seleccionados probabilísticamente y en forma estratificada mostró en sus resultados la existencia de una correlación significativa positiva muy fuerte de  $r = 0.959$  entre la gestión de la comunicación interna y el clima organizacional (Correlación de Pearson) a nivel del 0.01 y una probabilidad de error menor al 5.0%. Las conclusiones del estudio permiten precisar una correlación significativa entre la comunicación interna y las dimensiones: Grado de estructura y su influencia en el cargo; consideración, entusiasmo y apoyo; orientación hacia la recompensa y orientación hacia el desarrollo y promoción en el trabajo. Finalmente, el 56.5% refiere que predomina la comunicación interna ineficaz (p. 13).

De acuerdo a la tabla 07, el valor de 0.666 correspondió a una correlación media y positiva entre la dimensión comunicaciones en torno a agendas de trabajo y la variable identidad institucional, en principio cabe recordar que dicha dimensión trata del involucramiento de participaciones para la realización de las actividades o proyectos que se plasman, en ese sentido si hay ascenso en las puntuaciones de una parte ocurrirá lo mismo con la otra, dicho valor es significativo (Sig. < 0.05), se trata de una correlación significativa, en caso haya repetición de mediciones se obtendrá la misma tendencia nuevamente, ello concuerda con los hallazgos de Domínguez (2020) quien obtuvo como resultado que en cuanto al nivel de comunicación interna que presentan los trabajadores de la Corte Superior de Justicia del Santa, el 58.3 %, muestra un nivel medio, el 40,0% un alto y el 1,7% un nivel bajo y, por otro lado, en cuanto a nivel de Identidad corporativa que presentan los trabajadores de la Corte Superior de Justicia del Santa, el 56.7%, manifiestan un nivel medio el 41.7% un nivel alto y el 1.7% un nivel bajo. Se concluyó que la variable de Comunicación interna tiene una relación positiva moderada ( $p < .05$ ) y ( $r = -0.667$ ) con la variable Identidad corporativa en los trabajadores de la mencionada entidad (p.74).

De acuerdo a la tabla 08, el valor de 0.520 correspondió a una correlación media y positiva entre la dimensión comunicación corporativa y la variable identidad institucional, en ese sentido si hay ascenso en las puntuaciones de una parte ocurrirá lo mismo con la otra, dicho valor es significativo (Sig. < 0.05), se trata de una correlación significativa, en caso haya repetición de mediciones se obtendrá la misma tendencia nuevamente, dicho resultado es coincidente con lo hallado por Yue, et al. (2020) ya que obtuvo como resultado lo siguiente: la comunicación en cuanto la identificación organizacional fue totalmente mediada por una posible cultura emocional. Como conclusión se afirmó que las comunicaciones internas efectivas fortalecen indirectamente la identificación organizacional de los empleados, ante todo, fomentando una cultura emocional en la que los empleados comparten y ello les produce el grado de identificación (p.18).

En síntesis, los procesos de comunicación interna fluyen con regularidad y en ese sentido también fluye la identidad institucional, en la medida en que la circulación de mensajes se torna intensa lo mismo acontece con la identidad institucional, en la medida en que se emplee menos los medios internos de comunicación disminuye en igual medida la identidad institucional.

## VI. CONCLUSIONES

Primera: Existe una correlación alta y positiva entre la comunicación interna e identidad institucional (0.837), dicho valor es significativo (Sig. < 0.05), en caso se repitan las mediciones se obtendrá la misma tendencia nuevamente.

Segunda: Existe un predominio de inadecuada comunicación interna según el 62% de los trabajadores administrativos del Distrito Fiscal del Santa, un 33% solo lo consideró como regular y el restante 4.5% en el nivel de adecuada.

Tercera: Existe un predominio de baja identidad institucional según el 65% de los trabajadores administrativos del Distrito Fiscal del Santa, un 33% solo lo consideró como regular y el restante 4.5% en el nivel de alta.

Cuarta: Existe una correlación baja y positiva (0.390) entre la dimensión Gestión de línea interna y la variable identidad institucional, dicho valor es significativo (Sig. < 0.05).

Quinta: Existe una correlación media y positiva (0.452) entre la dimensión comunicaciones en equipo y la variable identidad institucional, dicho valor es significativo (Sig. < 0.05).

Sexta: Existe una correlación media y positiva (0.666) entre la dimensión comunicaciones en torno a agendas de trabajo y la variable identidad institucional, dicho valor es significativo (Sig. < 0.05).

Séptima: Existe una correlación media y positiva (0.520) entre la dimensión comunicación corporativa y la variable identidad institucional, dicho valor es significativo (Sig. < 0.05).



## **VII. RECOMENDACIONES**

Primera: A los directivos del Distrito Fiscal del Santa, realizar una auditoría del sistema de comunicación interna, sus herramientas y efectividad con el fin reestructurar y actualizar los medios necesarios para revertir la condición de inadecuados que ostentan hoy según los trabajadores.

Segunda: Al área de Relaciones Públicas, desarrollar actividades de integración entre los trabajadores para revertir la baja identidad institucional, inclusive emplear estrategias motivacionales al interior.

Tercera: A la UCV establecer líneas de investigación más precisas en lo concerniente a las investigaciones orientadas al ámbito de las Relaciones públicas e imagen corporativa.

Cuarta: A los futuros maestristas en Relaciones públicas e imagen corporativa, desarrollar estudios experimentales con la finalidad de realizar cambios funcionales y significativos en las instituciones.

## REFERENCIAS

- Adler, Ch. & Lalonde, C. (2020). Identity, agency and institutional work in higher education: a qualitative meta-synthesis. *Qualitative Research in Organizations and Management*. 15(2), 121-144. Recovered from [https://www.researchgate.net/publication/332472020\\_Identity\\_agency\\_and\\_institutional\\_work\\_in\\_higher\\_education\\_a\\_qualitative\\_meta-synthesis](https://www.researchgate.net/publication/332472020_Identity_agency_and_institutional_work_in_higher_education_a_qualitative_meta-synthesis)
- Albassami, F., Alqahtani, S., & Saleh, M. (2015). Proposing a Conceptual Model of Corporate Reputation Associated with Relationship Marketing and Customer Loyalty. *International Journal of Marketing Studies*, 7(6), 102-106. Recovered from <http://dx.doi.org/10.5539/ijms.v7n6p102>
- Andersson, R. (2019). Employee Communication Responsibility: Its Antecedents and Implications for Strategic Communication Management. *International Journal of Strategic Communication*. 13(1), 60-75. Recovered from [https://www.researchgate.net/publication/329409498\\_Employee\\_Communication\\_Responsibility\\_Its\\_Antecedents\\_and\\_Implications\\_for\\_Strategic\\_Communication\\_Management](https://www.researchgate.net/publication/329409498_Employee_Communication_Responsibility_Its_Antecedents_and_Implications_for_Strategic_Communication_Management)
- Başçı, A. & Bertemel, A. (2016). Corporate personality perspective in corporate reputation management: a survey of corporate personality perception on business administration students. *International Journal of Social Sciences and Education Research*. 2(1), 1-11. Recovered from <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/389682>
- Bendezú, S. (2018). *Los niveles de comunicación y su influencia en la gestión directiva en la Institución Educativa Pedro Ruiz Gallo de Chorrillos en el 2017*. (Tesis de posgrado). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú. Recuperado de <https://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/3430?show=full>

- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia. Pearson.
- Bernardo, C. Carbajal, Y. y Contreras, V. (2019). *Metodología de la investigación. Manual del estudiante*. Lima: Universidad de San Martín De Porres.
- Capriotti, P. (2013). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. Madrid: Editorial Ariel.
- Conexión ESAN (22 de octubre del 2018). *Herramientas digitales para mejorar la comunicación interna de tu empresa*. Apuntes empresariales. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/10/herramientas-digitales-para-mejorar-la-comunicacion-interna-de-tu-empresa/>
- Currás, R. (2010). *Identidad e Imagen corporativas. Revisión conceptual e interrelación*. ResearchGate. 7(7), 9-34. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/44742800\\_Identidad\\_e\\_imagen\\_corporativas\\_revision\\_conceptual\\_e\\_interrelacion](https://www.researchgate.net/publication/44742800_Identidad_e_imagen_corporativas_revision_conceptual_e_interrelacion).
- Charry, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comunicación*. 9(1), 25-34. Recuperado de <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v9n1/a03v9n1.pdf>
- DeMaría, K. (2016). Evaluating the Internal Communications of the Triangle's 'Best Places to Work'. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*. 7(1), 70-78. Recovered from [https://www.elon.edu/u/academics/communications/journal/wp-content/uploads/sites/153/2017/06/08\\_Kristen\\_DeMaria.pdf](https://www.elon.edu/u/academics/communications/journal/wp-content/uploads/sites/153/2017/06/08_Kristen_DeMaria.pdf)

De Miranda, U., Carvalho, M., Araújo, H., Santos, J., Sanches, R., De Freitas, W. & Vieira, M. and Luís Velez Lapão (2021). Perspectives of organizational identity in a health higher education institution: a mixed-method analysis. *BMC Medical Education*. 21(51), 1-14. Recovered from <https://bmcmmededuc.biomedcentral.com/track/pdf/10.1186/s12909-020-02470-1.pdf>

Domínguez, R. (2020). *Comunicación interna e identidad corporativa de los trabajadores de la Corte Superior de Justicia del Santa, Chimbote, 2019*. (Tesis de posgrado). Universidad César Vallejo, Chimbote, Perú. Recuperado de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/44642/Dominguez\\_VRI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/44642/Dominguez_VRI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

El Comercio (2018). Productividad de colaboradores cae hasta 20% por mal clima laboral. Lima. Recuperado de [https://www.falabella.com.pe/falabella-pe/page/Calzado?kid=G000229&cad=1&staticPageId=15100001&gclid=EAlalQobChMI5-T13uvX4QIVi9HACH0WAA7vEAEYASAAEglYz\\_D\\_BwE](https://www.falabella.com.pe/falabella-pe/page/Calzado?kid=G000229&cad=1&staticPageId=15100001&gclid=EAlalQobChMI5-T13uvX4QIVi9HACH0WAA7vEAEYASAAEglYz_D_BwE)

Estela, N. (2018). *Relación entre la comunicación interna y la imagen institucional de las áreas jurisdiccional, fiscal y administrativa del fuero militar policial, cercado de lima, año 2018*. (Tesis de posgrado). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú. Recuperado de [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4294/estela\\_fnl.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4294/estela_fnl.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Foroudi, P., Nazarian, A., Ziyadin, S. Kitchen, P., Hafeez, K., Priporas, C. & Pantano, E. (2020). *Co-creating brand image and reputation through stakeholder's social network*. *Journal of Business Research*. 114(1), 42-59. Recovered from

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S014829632030206X>

Gestión. (29 de agosto 2016). *¿Cómo afrontar una crisis de imagen en las empresas?* Lima. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/empresas/afrontar-crisis-imagen-empresas-113794>

Gómez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. Estado de México: Red Tercer Milenio.

Hayase, L. (2009). *Internal communication in organizations and employee engagement*. (Master's thesis). University of Nevada. United States. Recovered from <https://digitalscholarship.unlv.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://scholar.google.com.pe/&httpsredir=1&article=2177&context=thesesdissertations>

Hoffarth M. (2018). *Building The Hive: Corporate Personality Testing, Self-Development, And Humanistic Management In Postwar America, 1945-2000*. (Graduate thesis). University of Pennsylvania, United States. Recovered from <https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4795&context=edissertations>

Jaén, I. (2016). *Elementos que definen la Identidad Corporativa y de marca. Branding y Marketing estratégico*. Branding y Marketing estratégico. Recuperado de: <https://ignaciojaen.es/branding/elementos-definen-identidad-corporativa/>

Jakubiec, M. (2019). The importance of internal communication for management of an organization. *Silesian University of Technology Publishing House*, 3(5), 1-16. Recovered from [https://www.researchgate.net/publication/336990805\\_THE\\_IMPORTA](https://www.researchgate.net/publication/336990805_THE_IMPORTA)

## NCE\_OF\_INTERNAL\_COMMUNICATION\_FOR\_MANAGEMENT\_OF \_AN\_ORGANISATION

- Kapur, R. (2018). *Barriers to Effective Communication*. India: University of Delhi.
- Kothari, R. (2018). *Research Methodology: Métodos y Técnicas*. EEUU: New Age International.
- Lemus, I. (2014). *Plan de comunicación interna para socializar los principios éticos del organismo judicial*. (Tesis de posgrado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/68/Lemus-lxchel.pdf>
- Madsen, V. (2017). The challenges of introducing internal social media – the coordinators' roles and perceptions. *Journal of Communication Management* 21(1):2-16. Recovered from [https://www.researchgate.net/publication/313362055\\_The\\_challenges\\_of\\_introducing\\_internal\\_social\\_media\\_-\\_the\\_coordinators'\\_roles\\_and\\_perceptions](https://www.researchgate.net/publication/313362055_The_challenges_of_introducing_internal_social_media_-_the_coordinators'_roles_and_perceptions)
- Mañas, L., Santos, D. & Liberal, Sh. (2020). The Visual-Digital Identity of Corporate Brands: A Study of Neuromarketing in Young People from Spain and Portugal. *Tripodos*. 48(1), 135-151. Recovered from [http://www.tripodos.com/index.php/Facultat\\_Comunicacio\\_Blanquerna/article/view/709/844](http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/709/844)
- Martos, P. (30 de abril del 2015). *¿Hay crisis en la identidad corporativa?* El confidencial. Recuperado de [https://blogs.elconfidencial.com/economia/generacion-manana/2011-04-30/hay-crisis-en-la-identidad-corporativa\\_707813/](https://blogs.elconfidencial.com/economia/generacion-manana/2011-04-30/hay-crisis-en-la-identidad-corporativa_707813/)
- Melewar, T., Foroudi, P., Dinnie, K. & Nguyen, K. (2018). The role of corporate identity management in the higher education sector: an exploratory

case study. *Journal of Marketing Communications*, 24(4), 337-359. Recovered from <https://eprints.mdx.ac.uk/23097/3/Corporate%2520identity%2520management%2520in%2520the%2520higher%2520education.pdf>

Méndez, A. (22 de agosto del 2016). *Crisis de Identidad de Marca*. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://blog.comunicae.es/crisis-identidad-marca/>

Mishra, K., Mishra, A. & Walker, K. (2019). Using Innovative Internal Communication to Enhance Employee Engagement. *ResearchGate*. 1(1), 445-468. Recovered from [https://www.researchgate.net/publication/332055978\\_Using\\_Innovative\\_Internal\\_Communication\\_to\\_Enhance\\_Employee\\_Engagement](https://www.researchgate.net/publication/332055978_Using_Innovative_Internal_Communication_to_Enhance_Employee_Engagement)

Monfort, A., Sebastián, A. & López, B. (2015). Corporate identity in the brand co-creation era. *Communication Papers*. 4(8), 31-40. Recovered from <https://core.ac.uk/download/pdf/83007918.pdf>

Nielsen, A. & Thomsen, C. (2018). Corporate Communications: An International Journal Reviewing corporate social responsibility communication: a legitimacy perspective. *Emeraldinsight*. 23(1), 1-22. Recovered from [https://www.researchgate.net/publication/327500353\\_Corporate\\_Communications\\_An\\_International\\_Journal\\_Reviewing\\_corporate\\_social\\_responsibility\\_communication\\_a\\_legitimacy\\_perspective\\_Article\\_information](https://www.researchgate.net/publication/327500353_Corporate_Communications_An_International_Journal_Reviewing_corporate_social_responsibility_communication_a_legitimacy_perspective_Article_information)

Radović, S., Sladojević, J. & Opačić, G. (2020). Personality Traits Composition and Team Performance. *Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*. 25(3), 33-41. Recovered from <http://management.fon.bg.ac.rs/index.php/mng/article/view/329/197>

- Rust, J. (2019). Institutional Identity. *Journal of Social Ontology*. 5(1), 1-22. Recovered from [https://www.researchgate.net/publication/336072946\\_Institutional\\_Identity](https://www.researchgate.net/publication/336072946_Institutional_Identity)
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2016). *Metodología y diseños en la investigación científica*. Lima: Editorial Visión Universitaria.
- Sharma, A. & Shruti, D. (2015). Impact of Promotion on Destination Reputation: A Case of Gujarat. *International Journal of Hospitality And Tourism Systems*, 8(1), 1-18- Recovered from <http://www.publishingindia.com/ijhts/24/impact-of-promotion-on-destination-reputation-a-case-of-gujarat/376/2695/>
- SocialChorus (17 de diciembre del 2020). *What is Internal Communications in 2021?* [Blog]. Recuperado de <https://socialchorus.com/blog/better-internal-communications-for-your-workforce-now-is-the-time/>
- Stobierski, T. (18 de julio del 2019). *What is Corporate Communications? Functions, Careers, and Skills*. Northeastern University. Recovered from <https://www.northeastern.edu/graduate/blog/what-is-corporate-communications/>
- Toppazzini, C. (2019). *Cómo liderar la comunicación interna en tu empresa en la era digital. Marketing XXI*. Recuperado de <https://noticias.perfil.com/2019/01/15/como-liderar-la-comunicacion-interna-en-tu-empresa-en-la-era-digital/>
- Trelles, I. (2018). *Relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de los colaboradores administrativos de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. (Tesis de posgrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10858/1/T-UCSG-POS-MAE-173.pdf>



- Varsha, J., Niriksha, P., Ganesh, B. & Dhruvinkumar, Ch. (2016). Corporate identity: Developing means for sustainable competitive advantage in indian context towards model development. *Organizations And Markets In Emerging Economies*. 7(1), 7-33.
- Vergheese, A. (2017). Internal Communication: Practices and Implications. *SCMS Journal of Indian Management*. 1(1), 103-113. Recovered from [https://www.scms.edu.in/uploads/journal/articles/article\\_20.pdf](https://www.scms.edu.in/uploads/journal/articles/article_20.pdf)
- Wech, M. (2015). Internal communication education: A historical study. *Journal of Communication Management*. 19(4), 388-405. Recovered from [https://clou.uclan.ac.uk/11979/1/11979\\_Welch.pdf](https://clou.uclan.ac.uk/11979/1/11979_Welch.pdf)
- Welch, M. & Jackson, P. (2007). Rethinking internal communication: A stakeholder approach. *Corporate Communication: An International Journal*. 12(2), 177-198. Recovered from <https://ru.scribd.com/document/335259596/rethinking-internal-communicationWelch-and-Jackson-pdf>
- Yue, C. Ferguson, M. & Men, L. (2020). Examining the Effects of Internal Communication and Emotional Culture on Employees' Organizational Identification. *Journal of Business Communication* 58(7), 1-27. Recovered from [https://www.researchgate.net/publication/340310263\\_Examining\\_the\\_Effects\\_of\\_Internal\\_Communication\\_and\\_Emotional\\_Culture\\_on\\_Employees'\\_Organizational\\_Identification](https://www.researchgate.net/publication/340310263_Examining_the_Effects_of_Internal_Communication_and_Emotional_Culture_on_Employees'_Organizational_Identification)
- Zaumane, I. (2018). Internal communication challenges in 21st century organization. *IJRDO-Journal of Business Management*. 4(2), 92-101. Recovered from <http://www.ijrdo.org/index.php/bm/article/view/1865/1703>



## VIII. ANEXOS

### ANEXO 01

UCV  
ESCUELA DE POSGRADO

#### Matriz de consistencia

**Título:** Comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021

| Problema   | Objetivos   | Hipótesis   | Variables            | Definición conceptual   | Definición operacional  | Dimensiones              | Indicadores                                     | Ítems | Escala de medición |
|--|---|---|----------------------|---|---|--------------------------|---|-------|--------------------|
| ¿Existe relación entre la comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – | General<br><br>Determinar la relación entre la comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – | (Hi) Existe relación entre la percepción de la comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del | Comunicación interna | Verghese (2017) define comunicación interna como toda la gestión respecto a las interacciones y relaciones estratégicas que contribuyen impactando en la efectividad organizacional, es decir, comprende un | Conjunto de percepciones de la variable comunicación interna a partir de la medición en conjunto y por sus dimensiones. | Gestión de línea interna | Comunicación unidireccional                     | 1, 2  | Ordinal            |
|  |   |   |                      |   |   |                          | Comunicación bidireccional                      | 3     |                    |
|  |   |   |                      |   |   | Comunicaciones en equipo | Articulación                                    | 4, 5  |                    |
|  |   |   |                      |   |   |                          | Inclusión                                       | 6     |                    |
|  |   |   |                      |   |   |                          | Complementación                                 | 7     |                    |
|  |   |   |                      |   |   | Comunicaciones en torno  | Comunicaciones para actividades institucionales | 8, 9  |                    |

|                 |   |  |         |   |  |                      |   |  |  |        |
|-----------------|---|--|---------|---|--|----------------------|---|--|--|--------|
| Chimbote, 2021? | Chimbote, 2021.<br><br>Específicos<br>Identificar la percepción de la comunicación interna en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021.<br><br>Identificar la percepción de la identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021. | Santa – Chimbote, 2021.<br><br>(Ho) No existe relación entre la comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021. |         | despliegue de mensajes al interior para mantener todos los procesos que forman al sistema de informaciones en la totalidad de niveles. La comunicación interna difunde y comparte los conocimientos y al mismo tiempo permite el intercambio de criterios (p. 104). |  | a agendas de trabajo | Comunicaciones para actividades extra institucionales | 10, 11                                 |  |        |
|                 |   |  |         |   |  |                      | Comunicación corporativa                              | Códigos                                |  | 12     |
|                 |   |  |         |   |  |                      |   | Claridad de los mensajes               |  | 13     |
|                 |   |  |         |   |  |                      |   | Los medios disponibles                 |  | 14     |
|                 |   |  |         |   |  |                      |   | Barreras de la comunicación existentes |  | 15, 16 |
|                 | Identificación con la personalidad  | La filosofía corporativa   | 1, 2, 3 | Ordinal   |  |                      |   |  |  |        |
|                 |   | La cultura corporativa   | 4, 5    |   |  |                      |   |  |  |        |
|                 |   | Las políticas organizacionales   | 6       |   |  |                      |   |  |  |        |

|  |   |  |  |  |                                 |   |                                 |   |  |  |  |  |                             |    |  |
|--|---|--|--|--|---------------------------------|---|---------------------------------|---|--|--|--|--|-----------------------------|----|--|
|  | Conocer la relación entre la dimensión Gestión de línea interna y la percepción de la identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021. |  |  | organización con la que tienen vínculos laborales derivando de dicha condición su identificación o no. Es el sentimiento consciente de la identificación que se tiene con alguna organización en la que se trabaja (p. 2). | conjunto y por sus dimensiones. | Identificación con el comportamiento organizacional | Relaciones entre trabajadores   | 7 |  |  |  |  |                             |    |  |
|  |   |  |  |  |                                 |   | Relaciones con los superiores   | 8 |  |  |  |  |                             |    |  |
|  |   |  |  |  |                                 |   | Cumplimiento de roles y labores | 9 |  |  |  |  |                             |    |  |
|  | Conocer la relación entre la dimensión Comunicación en equipo y la percepción de la identidad   |  |  |  |                                 |   |                                 |   |  |  |  | Identificación con la comunicación corporativa | Emisiones de mensajes       | 10 |  |
|  |   |  |  |  |                                 |   |                                 |   |  |  |  |  | Recepciones de mensajes     | 11 |  |
|  |   |  |  |  |                                 |   |                                 |   |  |  |  |  | Retroalimentación           | 12 |  |
|  |   |  |  |  |                                 |   |                                 |   |  |  |  |  | Tratamiento de las agendas. | 13 |  |
|  |   |  |  |  |                                 |   |                                 |   |  |  |  | Identificación con la identidad visual         | Signos corporativos         | 14 |  |
|  |   |  |  |  |                                 |   |                                 |   |  |  |  |  | Cromática corporativa       | 15 |  |

|  |   |  |  |  |  |  |  |            |    |  |
|--|---|--|--|--|--|--|--|------------|----|--|
|  | <p>institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021.</p> <p>Conocer la relación entre la dimensión Comunicación es en torno a agendas de trabajo y la percepción de la identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021.</p> <p>Conocer la relación entre</p> |  |  |  |  |  |  | Tipografía | 16 |  |
|--|---|--|--|--|--|--|--|------------|----|--|

|  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  | la dimensión<br>Comunicación<br>corporativa y<br>la percepción<br>de la identidad<br>institucional en<br>el Distrito<br>Fiscal Del<br>Santa –<br>Chimbote,<br>2021. |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|

## ANEXO 02

Escuela de Posgrado UCV

### Cuestionario respecto a la comunicación interna

PRESENTACIÓN: A los servidores públicos del Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, se les pide colaborar con toda sinceridad primero leyendo detenidamente, luego marcar una alternativa considerando la postura que mejor crea conveniente:

|                   |            |          |            |                |
|-------------------|------------|----------|------------|----------------|
| Muy en desacuerdo | Desacuerdo | Indeciso | De acuerdo | Muy de acuerdo |
| MD                | D          | I        | A          | MA             |

| N°   | Interrogantes   | Alternativas |   |   |   |    |
|--|---|--------------|---|---|---|----|
|  |   | MD           | D | I | A | MA |
| <b>D1 Gestión de línea interna</b>                   |   |              |   |   |   |    |
| 1  | ¿Se estila asignar órdenes a cada trabajador?   |              |   |   |   |    |
| 2  | ¿Se estila comunicar informaciones concretas a cada trabajador?   |              |   |   |   |    |
| 3  | ¿Se permite de ser necesario establecer conversaciones con cada trabajador?   |              |   |   |   |    |
| <b>D2 Comunicaciones en equipo</b>                   |   |              |   |   |   |    |
| 4  | ¿Cuándo los trabajadores se reúnen pueden comunicarse hasta agotar sus coordinaciones?  |              |   |   |   |    |
| 5  | ¿Se les permite a los trabajadores coordinar entre sí aprovechando los medios disponibles?  |              |   |   |   |    |
| 6  | ¿Se aseguran de contar con la opinión de todos los trabajadores?  |              |   |   |   |    |
| 7  | ¿Estilan los trabajadores una comunicación para complementar con aportes lo relacionado a su trabajo?                               |              |   |   |   |    |
| <b>D3 Comunicación en torno a agendas de trabajo</b> |   |              |   |   |   |    |
| 8  | ¿Siempre hay coordinaciones previas para las actividades institucionales?   |              |   |   |   |    |
| 9  | ¿Se desarrollan las actividades institucionales con total comunicación?   |              |   |   |   |    |
| 10   | ¿Se estilan actividades deportivas con mucha interacción entre los trabajadores?  |              |   |   |   |    |
| 11   | ¿Interactúan los trabajadores en actividades fuera de la institución (reuniones de confraternidad, desfiles institucionales, etc.)? |              |   |   |   |    |
| <b>D4 Identificación con la identidad visual</b>     |   |              |   |   |   |    |
| 12   | ¿Todos los trabajadores en la institución emplean el mismo lenguaje para trabajar?  |              |   |   |   |    |



|                      |   |  |  |  |  |  |
|----------------------|---|--|--|--|--|--|
| 13                   | ¿Todos los mensajes que circulan en la institución se emiten con total claridad?                        |  |  |  |  |  |
| 14                   | ¿Emplean los trabajadores los medios de comunicación disponibles en la institución?                     |  |  |  |  |  |
| 15                   | ¿Fluye la comunicación interna para trabajar pese a posibles ruidos del ambiente?                       |  |  |  |  |  |
| 16                   | ¿Fluye la comunicación interna para trabajar pese a posibles diferencias personales entre trabajadores? |  |  |  |  |  |
| Puntuación alcanzada |   |  |  |  |  |  |

**¡Se agradece su colaboración!**

## FICHA TÉCNICA

### I. DATOS INFORMATIVOS

- 1.1. **Técnica e instrumento:** Encuesta / Cuestionario
- 1.2. **Nombre del instrumento:** Cuestionario respecto a la comunicación interna
- 1.3. **Autor original:** Oscar Chávez Pariona
- 1.4. **Forma de aplicación:** Personal.
- 1.5. **Medición:** Comunicación interna en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote
- 1.6. **Administración:** Trabajadores del Distrito Fiscal Del Santa
- 1.7. **Tiempo de aplicación:** 17 minutos

### II. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO:

- Identificar la percepción de la comunicación interna en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021

### III. VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD:

El instrumento se sometió a revisión y aprobación mediante juicio de expertos. Se requirió de una efectiva selección de expertos en el ámbito de la investigación y en el tema abordado. Se entregó una carpeta a cada experto para la evaluación, además del cuadro de operacionalización por variable, también el instrumento y una ficha de opinión; no se consideró necesidad de mejoras en los instrumentos tras las opiniones y sugerencias de expertos.

La confiabilidad del instrumento se estableció con la aplicación de una prueba piloto, luego los resultados se sometieron a la prueba Alfa de Cronbach, de ese modo se calculó la confiabilidad del instrumento, a continuación la tabla de valoración permite interpretar que hay una alta confiabilidad lo cual es suficiente para determinar que el instrumento cuenta con la necesaria fiabilidad para su aplicación.

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| 0.832            | 16             |

#### IV. DIRIGIDO A:

202 trabajadores administrativos del Distrito Fiscal Del Santa

#### V. MATERIALES NECESARIOS:

Fotocopias del instrumento, lápiz, borrador.

#### VI. DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO:

El instrumento creado mantiene 16 ítems con opciones de respuesta guiadas de escala Likert, siendo: Muy en desacuerdo (1), desacuerdo (2), indeciso (3), de acuerdo (4) y muy de acuerdo (5), estas se encuentran expuestas y ordenadas en base a las dimensiones presentadas tras operacionalizar la variable comunicación interna.

Mediante una evaluación de los resultados por dimensiones y por la totalidad de ítems pertenecientes a la variable, puede esbozarse una referenciada valoración. De la estimación según los resultados, la organización o agrupación de los ítems es como sigue:

#### DISTRIBUCIÓN DE ÍTEMS POR DIMENSIONES

|   |                    |
|---|--------------------|
| Gestión de línea interna.                     | 1, 2, 3            |
| Comunicaciones en equipo.                     | 4, 5, 6, 7 8.      |
| Comunicaciones en torno a agendas de trabajo. | 8, 9, 10, 11       |
| Comunicación corporativa                      | 12, 13, 14, 15, 16 |

#### PUNTAJE POR DIMENSIÓN Y VARIABLE

| Niveles    | A nivel de variable | A nivel de las dimensiones |         |         |         |
|------------|---------------------|----------------------------|---------|---------|---------|
|            |                     | D1                         | D2      | D3      | D4      |
| Inadecuada | 16 - 37             | 3 - 6                      | 4 - 9   | 4 - 9   | 5 - 9   |
| Regular    | 38 - 59             | 7 - 10                     | 10 - 15 | 10 - 15 | 10 - 14 |
| Adecuada   | 60 - 80             | 11 - 15                    | 16 - 20 | 16 - 20 | 15 - 20 |

### Cuestionario respecto a la Identidad Institucional

PRESENTACIÓN: A los servidores públicos del Distrito Fiscal del Santa – Chimbote, se les pide colaborar con toda sinceridad primero leyendo detenidamente, luego marcar una alternativa considerando la postura que mejor crea conveniente:

|                   |            |          |            |                |
|-------------------|------------|----------|------------|----------------|
| Muy en desacuerdo | Desacuerdo | Indeciso | De acuerdo | Muy de acuerdo |
| MD                | D          | I        | A          | MA             |

| N°  | Interrogantes   | Alternativas |   |   |   |    |
|---|---|--------------|---|---|---|----|
|   |   | MD           | D | I | A | MA |
| <b>D1 Identificación con la personalidad</b>                  |   |              |   |   |   |    |
| 1   | ¿Se siente muy identificado con la Misión del Distrito Fiscal del Santa?                                |              |   |   |   |    |
| 2   | ¿Se siente muy identificado con la Visión del Distrito Fiscal del Santa?                                |              |   |   |   |    |
| 3   | ¿Está muy comprometido con los objetivos del Distrito Fiscal del Santa?                                 |              |   |   |   |    |
| 4   | ¿Acepta y respeta las creencias que se comparten dentro del Distrito Fiscal del Santa?                  |              |   |   |   |    |
| 5   | ¿Siente plena identificación con los valores que se viven en el Distrito Fiscal del Santa?              |              |   |   |   |    |
| 6   | ¿Está comprometido de las normas y políticas del Distrito Fiscal Del Santa?                             |              |   |   |   |    |
| <b>D2 Identificación con el comportamiento organizacional</b> |   |              |   |   |   |    |
| 7   | Por su institución en la que labora ¿Procura llevar siempre bien las relaciones con otros trabajadores? |              |   |   |   |    |
| 8   | Por su institución en la que labora ¿Procura llevar siempre bien las relaciones con sus superiores?     |              |   |   |   |    |
| 9   | ¿Cumple con dedicación sus deberes en el rol asignado?  |              |   |   |   |    |
| <b>D3 Identificación con la comunicación corporativa</b>      |   |              |   |   |   |    |
| 10  | ¿Contribuye con enviar y responder con mensajes muy claros?   |              |   |   |   |    |
| 11  | ¿Espera atento las indicaciones de sus superiores?  |              |   |   |   |    |
| 12  | ¿Participa con la retroalimentación necesaria en cada reunión de trabajo?                               |              |   |   |   |    |
| 13  | ¿Es respetuoso de las programaciones y las agendas de trabajo que se abordan?                           |              |   |   |   |    |

| D4 Comunicación corporativa |  |  |  |  |  |
|-----------------------------|--|--|--|--|--|
| 14                          | ¿Siente orgullo de portar los emblemas o signos corporativos de la institución en que trabaja?   |  |  |  |  |
| 15                          | ¿Valora los colores institucionales del Distrito Fiscal del Santa?                               |  |  |  |  |
| 16                          | ¿Emplea con orgullo la tipografía establecida en la documentación del Distrito Fiscal del Santa? |  |  |  |  |
|                             |  |  |  |  |  |

**¡Se agradece su colaboración!**

## FICHA TÉCNICA

### I. DATOS INFORMATIVOS

- 1.1. **Técnica e instrumento:** Encuesta / Cuestionario
- 1.2. **Nombre del instrumento:** Cuestionario respecto a la identidad institucional
- 1.3. **Autor original:** Oscar Chávez Pariona
- 1.4. **Forma de aplicación:** Personal.
- 1.5. **Medición:** Identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote
- 1.6. **Administración:** Trabajadores del Distrito Fiscal Del Santa
- 1.7. **Tiempo de aplicación:** 17 minutos

### II. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO:

- Identificar la percepción de la identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021.

### III. VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD:

El instrumento se sometió a revisión y aprobación mediante juicio de expertos. Se requirió de una efectiva selección de expertos en el ámbito de la investigación y en el tema abordado. Se entregó una carpeta a cada experto para la evaluación, además del cuadro de operacionalización por variable, también el instrumento y una ficha de opinión; no se consideró necesidad de mejoras en los instrumentos tras las opiniones y sugerencias de expertos.

La confiabilidad del instrumento se estableció con la aplicación de una prueba piloto, luego los resultados se sometieron a la prueba Alfa de Cronbach, de ese modo se calculó la confiabilidad del instrumento, a continuación la tabla de valoración permite interpretar que hay una alta confiabilidad lo cual es suficiente para determinar que el instrumento cuenta con la necesaria fiabilidad para su aplicación.

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| 0.918            | 16             |

#### IV. DIRIGIDO A:

202 trabajadores administrativos del Distrito Fiscal Del Santa

#### V. MATERIALES NECESARIOS:

Fotocopias del instrumento, lápiz, borrador.

#### VI. DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO:

El instrumento creado mantiene 16 ítems con opciones de respuesta guiadas de escala Likert, siendo: Muy en desacuerdo (1), desacuerdo (2), indeciso (3), de acuerdo (4) y muy de acuerdo (5), estas se encuentran expuestas y ordenadas en base a las dimensiones presentadas tras operacionalizar la variable identidad institucional.

Mediante una evaluación de los resultados por dimensiones y por la totalidad de ítems pertenecientes a la variable, puede esbozarse una referenciada valoración. De la estimación según los resultados, la organización o agrupación de los ítems es como sigue:

#### DISTRIBUCIÓN DE ÍTEMS POR DIMENSIONES

|  |                  |
|--|------------------|
| Identificación con la personalidad.            | 1, 2, 3, 4, 5, 6 |
| Identificación con el comportamiento           | 7, 8, 9          |
| Identificación con la comunicación corporativa | 10, 11, 12, 13   |
| Identificación con la identidad visual         | 14, 15, 16       |

#### PUNTAJE POR DIMENSIÓN Y VARIABLE

| Niveles | A nivel de variable | A nivel de las dimensiones |         |         |         |
|---------|---------------------|----------------------------|---------|---------|---------|
|         |                     | D1                         | D2      | D3      | D4      |
| Baja    | 16 - 37             | 6 - 13                     | 3 - 6   | 4 - 9   | 3 - 6   |
| Regular | 38 - 59             | 14 - 21                    | 7 - 10  | 10 - 15 | 7 - 10  |
| Alta    | 60 - 80             | 22 - 30                    | 11 - 15 | 16 - 20 | 11 - 15 |

**ANEXO 03**


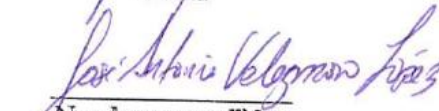
**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**TITULO:** Comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021

| Variable             | Dimensión  | Indicador   | ÍTEMS   | Opción de respuesta   |  |   |                 |                     | Criterios de evaluación                   |    |  |    |   |    |   |    | Observaciones y/o recomendaciones |   |
|----------------------|--|---|---|---|--|---|-----------------|---------------------|---|----|--|----|---|----|---|----|-----------------------------------|---|
|                      |  |   |   | Muy en desacuerdo (MD)  | Desacuerdo (D)   | Indeciso (I)  | De acuerdo (DA) | Muy de acuerdo (MA) | Relación entre la variable y la dimensión |    | Relación entre la dimensión y el indicador |    | Relación entre el indicador y los ítems |    | Relación entre el ítem y la opción de respuesta |    |                                   |   |
|                      |  |   |   |   |  |   |                 |                     | Si  | No | Si   | No | Si                                      | No | Si  | No |                                   |   |
| Comunicación interna | Gestión de línea interna   | Comunicación unidireccional                         | ¿Se estila asignar órdenes a cada trabajador?                               |   |  |   |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |   |
|                      |  |   | ¿Se estila comunicar informaciones concretas a cada trabajador?             |   |  |   |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |   |
|                      | Comunicación bidireccional   | Comunicación bidireccional                          | ¿Se permite de ser necesario establecer conversaciones con cada trabajador? |   |  |   |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |   |
|                      |  |   | Comunicaciones en equipo  | Articulación  | ¿Cuándo los trabajadores se reúnen pueden comunicarse hasta agotar sus coordinaciones? |   |                 |                     |   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    | X                                 |   |
|                      | ¿Se les permite a los trabajadores coordinar entre si aprovechando los medios disponibles? |   |   |   |  |   |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |   |
|                      | Comunicaciones en equipo   | Inclusión   | Inclusión   | ¿Se aseguran de contar con la opinión de todos los trabajadores?  |  |   |                 |                     |   | X  |  | X  |   | X  |   | X  |                                   |   |
|                      |  |   |   | Comunicación  | Complementación  | ¿Estilan los trabajadores una comunicación para complementar con aportes lo relacionado a su trabajo? |                 |                     |   |    |  | X  |   | X  |   | X  |                                   | X |
|                      | Comunicaciones en torno a agendas de trabajo   | Comunicación para actividades institucionales       | Comunicación para actividades institucionales                               |   |  | ¿Siempre hay coordinaciones previas para las actividades institucionales?                             |                 |                     |   |    |  | X  |   | X  |   | X  |                                   | X |
|                      |  |   |   | ¿Se desarrollan las actividades institucionales con total comunicación?   |  |   |                 |                     |   | X  |  | X  |   | X  |   | X  |                                   |   |
|                      |  | Comunicación para actividades extra institucionales | Comunicación para actividades extra institucionales                         | ¿Se estilan actividades deportivas con mucha interacción entre los trabajadores?  |  |   |                 |                     |   | X  |  | X  |   | X  |   | X  |                                   |   |
|                      |  |   |   | ¿Interactúan los trabajadores en actividades fuera de la institución (reuniones de confraternidad, desfiles institucionales, etc.)? |  |   |                 |                     |   | X  |  | X  |   | X  |   | X  |                                   |   |



|                          |  |   |  |  |  |  |  |  |   |   |   |   |   |   |   |   |  |  |
|--------------------------|--|---|--|--|--|--|--|--|---|---|---|---|---|---|---|---|--|--|
| Comunicación corporativa | Códigos                                | ¿Todos los trabajadores en la institución emplean el mismo lenguaje para trabajar?                      |  |  |  |  |  |  | X |   | X |   | X |   | X |   |  |  |
|                          | Claridad de los mensajes               | ¿Todos los mensajes que circulan en la institución se emiten con total claridad?                        |  |  |  |  |  |  | X |   | X |   | X |   | X |   |  |  |
|                          | Los medios disponibles                 | ¿Emplean los trabajadores los medios de comunicación disponibles en la institución?                     |  |  |  |  |  |  | X |   | X |   | X |   | X |   |  |  |
|                          | Barreras de la comunicación existentes | ¿Fluye la comunicación interna para trabajar pese a posibles ruidos del ambiente?                       |  |  |  |  |  |  |   | X |   | X |   | X |   | X |  |  |
|                          |  | ¿Fluye la comunicación interna para trabajar pese a posibles diferencias personales entre trabajadores? |  |  |  |  |  |  |   | X |   | X |   | X |   | X |  |  |

  
 Firma  
  
 Nombres y apellidos  
 DNI N° .....92926981

### RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario respecto a la Comunicación Interna

OBJETIVO : Identificar la percepción de la comunicación interna en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021.

DIRIGIDO A : Servidores públicos del Distrito Fiscal Del Santa

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO :

| Deficiente | Regular | Bueno | Muy bueno | Excelente |
|------------|---------|-------|-----------|-----------|
|            |         | X     |           |           |

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR : JOSE ANTONIO VELEZMORO LÓPEZ

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : MAESTRO EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

Firma




DNI/Nº 42926981

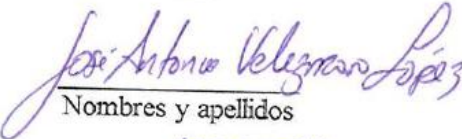
| Variable                | Dimensión   | Indicador                       | ÍTEMS   | Opción de respuesta    |                |              |                 |                     | Criterios de evaluación                   |    |  |    |   |    |   |    | Observaciones y/o recomendaciones |
|-------------------------|---|---------------------------------|---|------------------------|----------------|--------------|-----------------|---------------------|---|----|--|----|---|----|---|----|-----------------------------------|
|                         |   |                                 |   | Muy en desacuerdo (MD) | Desacuerdo (D) | Indeciso (I) | De acuerdo (DA) | Muy de acuerdo (MD) | Relación entre la variable y la dimensión |    | Relación entre la dimensión y el indicador |    | Relación entre el indicador y los ítems |    | Relación entre el ítem y la opción de respuesta |    |                                   |
|                         |   |                                 |   |                        |                |              |                 |                     | Si  | No | Si   | No | Si                                      | No | Si  | No |                                   |
| Identidad institucional | Identificación con la personalidad                  | La filosofía corporativa        | ¿Se siente muy identificado con la Misión del Distrito Fiscal del Santa?                                |                        |                |              |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   |                                 | ¿Se siente muy identificado con la Visión del Distrito Fiscal del Santa?                                |                        |                |              |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   |                                 | ¿Está muy comprometido con los objetivos del Distrito Fiscal del Santa?                                 |                        |                |              |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   | La cultura corporativa          | ¿Acepta y respeta las creencias que se comparten dentro del Distrito Fiscal del Santa?                  |                        |                |              |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   |                                 | ¿Siente plena identificación con los valores que se viven en el Distrito Fiscal del Santa?              |                        |                |              |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   | Las políticas organizacionales  | ¿Está comprometido de las normas y políticas del Distrito Fiscal Del Santa?                             |                        |                |              |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         | Identificación con el comportamiento organizacional | Relaciones entre trabajadores   | Por su institución en la que labora ¿Procura llevar siempre bien las relaciones con otros trabajadores? |                        |                |              |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   | Relaciones con los superiores   | Por su institución en la que labora ¿Procura llevar siempre bien las relaciones con sus superiores?     |                        |                |              |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   | Cumplimiento de roles y labores | ¿Cumple con dedicación sus deberes en el rol asignado?  |                        |                |              |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         | Identificación con la comunicación corporativa      | Emisiones de mensajes           | ¿Contribuye con enviar y responder con mensajes muy claros?   |                        |                |              |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   | Recepciones de mensajes         | ¿Espera atento las indicaciones de sus superiores?  |                        |                |              |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   | Retroalimentación               | ¿Participa con la retroalimentación necesaria en cada reunión de trabajo?                               |                        |                |              |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   | Tratamiento de las agendas.     | ¿Es respetuoso de las programaciones y las agendas de trabajo que se abordan?                           |                        |                |              |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         | Identificación con la identidad                     | Signos corporativos             | ¿Siente orgullo de portar los emblemas o signos corporativos de la institución en que trabaja?          |                        |                |              |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |

|  |        |                       |  |  |  |  |  |  |   |  |   |  |   |  |   |  |  |
|--|--------|-----------------------|--|--|--|--|--|--|---|--|---|--|---|--|---|--|--|
|  | visual | Cromática corporativa | ¿Valora los colores institucionales del Distrito Fiscal del Santa?                               |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |
|  |        | Tipografía            | ¿Emplea con orgullo la tipografía establecida en la documentación del Distrito Fiscal del Santa? |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

**TITULO:** Comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021

  
Firma

  
Nombres y apellidos

DNI N° 42026981

### RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

- NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario respecto a la Identidad Institucional
- OBJETIVO : Identificar la percepción de la Identidad Institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021
- DIRIGIDO A : Servidores públicos del Distrito Fiscal del Santa
- VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO :

| Deficiente | Regular | Buena | Muy buena | Excelente |
|------------|---------|-------|-----------|-----------|
|            |         | X     |           |           |

- NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR : JOSÉ ANTONIO VELEZTORO LÓPEZ
- GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : MAESTRO EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

Firma  
  
DNI Nº 42926981

## MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO: Comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021

| Variable             | Dimensión                                    | Indicador                                       | ÍTEMS   | Opción de respuesta    |               |             |                 |                     | Criterios de evaluación                   |    |  |    |   |    |   |    | Observaciones y/o recomendaciones |
|----------------------|--|---|---|------------------------|---------------|-------------|-----------------|---------------------|---|----|--|----|---|----|---|----|-----------------------------------|
|                      |  |   |   | Muy en desacuerdo (MD) | Desacuerdo(D) | Indeciso(I) | De acuerdo (DA) | Muy de acuerdo (MA) | Relación entre la variable y la dimensión |    | Relación entre la dimensión y el indicador |    | Relación entre el indicador y los ítems |    | Relación entre el ítem y la opción de respuesta |    |                                   |
|                      |  |   |   |                        |               |             |                 |                     | Si  | No | Si   | No | Si                                      | No | Si  | No |                                   |
| Comunicación interna | Gestión de línea interna                     | Comunicación unidireccional                     | ¿Se estila asignar órdenes a cada trabajador?   |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      |  |   | ¿Se estila comunicar informaciones concretas a cada trabajador?                                       |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      |  | Comunicación bidireccional                      | ¿Se permite de ser necesario establecer conversaciones con cada trabajador?                           |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      | Comunicaciones en equipo                     | Articulación                                    | ¿Cuándo los trabajadores se reúnen pueden comunicarse hasta agotar sus coordinaciones?                |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      |  |   | ¿Se les permite a los trabajadores coordinar entre sí aprovechando los medios disponibles?            |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      |  | Inclusión                                       | ¿Se aseguran de contar con la opinión de todos los trabajadores?                                      |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      |  | Complementación                                 | ¿Estilan los trabajadores una comunicación para complementar con aportes lo relacionado a su trabajo? |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      | Comunicaciones en torno a agendas de trabajo | Comunicaciones para actividades institucionales | ¿Siempre hay coordinaciones previas para las actividades institucionales?                             |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      |  |   | ¿Se desarrollan las actividades institucionales con total comunicación?                               |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      |  | Comunicaciones                                  | ¿Se estilan actividades deportivas con mucha interacción entre los trabajadores?                      |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |

|                          |  |  |   |  |  |  |  |  |  |   |  |   |  |   |  |   |  |
|--------------------------|--|--|---|--|--|--|--|--|--|---|--|---|--|---|--|---|--|
|                          |  | para actividades extra institucionales | ¿Interactúan los trabajadores en actividades fuera de la institución (reuniones de confraternidad, desfiles institucionales, etc.)? |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |
| Comunicación corporativa |  | Códigos                                | ¿Todos los trabajadores en la institución emplean el mismo lenguaje para trabajar?  |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |
|                          |  | Claridad de los mensajes               | ¿Todos los mensajes que circulan en la institución se emiten con total claridad?  |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |
|                          |  | Los medios disponibles                 | ¿Emplean los trabajadores los medios de comunicación disponibles en la institución?   |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |
|                          |  | Barreras de la comunicación existentes | ¿Fluye la comunicación interna para trabajar pese a posibles ruidos del ambiente?   |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |
|                          |  |  | ¿Fluye la comunicación interna para trabajar pese a posibles diferencias personales entre trabajadores?                             |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |



Firma

Gesabell Vanessa Garcia Valencia.

Nombres y apellidos  
DNI N° 44419969.

### RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

- NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario respecto a la Comunicación Interna
- OBJETIVO : Identificar la percepción de la comunicación interna en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021.
- DIRIGIDO A : Servidores públicos del Distrito Fiscal Del Santa
- VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO :

| Deficiente | Regular | Buena | Muy buena | Excelente |
|------------|---------|-------|-----------|-----------|
|            |         | X     |           |           |

- NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR : Gesabell Vanessa García Valencia
- GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Mg. en Relaciones Públicas e Imagen Institucional.



DNI N° 44419969.



## MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

**TÍTULO:** Comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021

| Variable                | Dimensión   | Indicador                      | ÍTEMS   | Opción de respuesta    |                |              |                 |                     | Criterios de evaluación             |    |  |    |   |    |   |    | Observaciones y/o recomendaciones |
|-------------------------|---|--------------------------------|---|------------------------|----------------|--------------|-----------------|---------------------|-------------------------------------|----|--|----|---|----|---|----|-----------------------------------|
|                         |   |                                |   | Muy en desacuerdo (MD) | Desacuerdo (D) | Indeciso (I) | De acuerdo (DA) | Muy de acuerdo (MD) | Relación entre variable y dimensión |    | Relación entre la dimensión y el indicador |    | Relación entre el indicador y los ítems |    | Relación entre el ítem y la opción de respuesta |    |                                   |
|                         |   |                                |   |                        |                |              |                 |                     | Si                                  | No | Si   | No | Si                                      | No | Si  | No |                                   |
| Identidad institucional | Identificación con la personalidad                  | La filosofía corporativa       | ¿Se siente muy identificado con la Misión del Distrito Fiscal del Santa?                                |                        |                |              |                 |                     | X                                   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   |                                | ¿Se siente muy identificado con la Visión del Distrito Fiscal del Santa?                                |                        |                |              |                 |                     | X                                   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   |                                | ¿Está muy comprometido con los objetivos del Distrito Fiscal del Santa?                                 |                        |                |              |                 |                     | X                                   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   | La cultura corporativa         | ¿Acepta y respeta las creencias que se comparten dentro del Distrito Fiscal del Santa?                  |                        |                |              |                 |                     | X                                   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   |                                | ¿Siente plena identificación con los valores que se viven en el Distrito Fiscal del Santa?              |                        |                |              |                 |                     | X                                   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   | Las políticas organizacionales | ¿Está comprometido de las normas y políticas del Distrito Fiscal Del Santa?                             |                        |                |              |                 |                     | X                                   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         | Identificación con el comportamiento organizacional | Relaciones entre trabajadores  | Por su institución en la que labora ¿Procura llevar siempre bien las relaciones con otros trabajadores? |                        |                |              |                 |                     | X                                   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   | Relaciones con los superiores  | Por su institución en la que labora ¿Procura llevar siempre bien las relaciones con sus superiores?     |                        |                |              |                 |                     | X                                   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   | Cumplimiento de                | ¿Cumple con dedicación sus deberes en el rol asignado?  |                        |                |              |                 |                     | X                                   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |

|  |                             |  |  |  |  |  |  |   |  |   |  |   |  |   |  |  |  |  |
|--|-----------------------------|--|--|--|--|--|--|---|--|---|--|---|--|---|--|--|--|--|
|  | roles y labores             |  |  |  |  |  |  |   |  |   |  |   |  |   |  |  |  |  |
| Identificación con la comunicación corporativa | Emisiones de mensajes       | ¿Contribuye con enviar y responder con mensajes muy claros?                                      |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |  |  |
|  | Recepciones de mensajes     | ¿Espera atento las indicaciones de sus superiores?   |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |  |  |
|  | Retroalimentación           | ¿Participa con la retroalimentación necesaria en cada reunión de trabajo?                        |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |  |  |
|  | Tratamiento de las agendas. | ¿Es respetuoso de las programaciones y las agendas de trabajo que se abordan?                    |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |  |  |
| Identificación con la identidad visual         | Signos corporativos         | ¿Siente orgullo de portar los emblemas o signos corporativos de la institución en que trabaja?   |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |  |  |
|  | Cromática corporativa       | ¿Valora los colores institucionales del Distrito Fiscal del Santa?                               |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |  |  |
|  | Tipografía                  | ¿Emplea con orgullo la tipografía establecida en la documentación del Distrito Fiscal del Santa? |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |  |  |



Firma

Geisabell Vanessa Garcia Valencia

Nombres y apellidos

DNI N° 44419969

### RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

- NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario respecto a la Identidad Institucional
- OBJETIVO : Identificar la percepción de la Identidad Institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote  
2021
- DIRIGIDO A : Servidores públicos del Distrito Fiscal del Santa
- VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO :

| Deficiente | Regular | Buena | Muy buena | Excelente |
|------------|---------|-------|-----------|-----------|
|            |         | X     |           |           |

- NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR : Geosabel Vanessa Garcia Valenciano.
- GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Mg. en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa.

Firma  
  
DNI N° 44419969.

## MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO: Comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021

| Variable             | Dimensión                                    | Indicador   | ÍTEMS  | Opción de respuesta    |               |             |                 |                     | Criterios de evaluación                   |    |  |    |   |    |   |    | Observaciones y/o recomendaciones |
|----------------------|--|---|--|------------------------|---------------|-------------|-----------------|---------------------|---|----|--|----|---|----|---|----|-----------------------------------|
|                      |  |   |  | Muy en desacuerdo (MD) | Desacuerdo(D) | Indeciso(I) | De acuerdo (DA) | Muy de acuerdo (MA) | Relación entre la variable y la dimensión |    | Relación entre la dimensión y el indicador |    | Relación entre el indicador y los ítems |    | Relación entre el ítem y la opción de respuesta |    |                                   |
|                      |  |   |  |                        |               |             |                 |                     | Si  | No | Si   | No | Si                                      | No | Si  | No |                                   |
| Comunicación interna | Gestión de línea interna                     | Comunicación unidireccional   | ¿Se estila asignar órdenes a cada trabajador?  |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      |  |   | ¿Se estila comunicar informaciones concretas a cada trabajador?                            |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      |  | Comunicación bidireccional  | ¿Se permite de ser necesario establecer conversaciones con cada trabajador?                |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      | Comunicaciones en equipo                     | Articulación  | ¿Cuándo los trabajadores se reúnen pueden comunicarse hasta agotar sus coordinaciones?     |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      |  |   | ¿Se les permite a los trabajadores coordinar entre sí aprovechando los medios disponibles? |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      |  | Inclusión   | ¿Se aseguran de contar con la opinión de todos los trabajadores?                           |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      | Complementación                              | ¿Estilan los trabajadores una comunicación para complementar con aportes lo relacionado a su trabajo? |  |                        |               |             |                 | X                   |   | X  |  | X  |   | X  |   |    |                                   |
|                      | Comunicaciones en torno a agendas de trabajo | Comunicaciones para actividades institucionales   | ¿Siempre hay coordinaciones previas para las actividades institucionales?                  |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      |  |   | ¿Se desarrollan las actividades institucionales con total comunicación?                    |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                      |  | Comunicaciones  | ¿Se estilan actividades deportivas con mucha interacción entre los trabajadores?           |                        |               |             |                 |                     | X   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |

|                          |  |   |  |  |  |  |  |  |   |  |   |  |   |  |   |  |  |
|--------------------------|--|---|--|--|--|--|--|--|---|--|---|--|---|--|---|--|--|
| Comunicación corporativa | para actividades extra institucionales | ¿Interactúan los trabajadores en actividades fuera de la institución (reuniones de confraternidad, desfiles institucionales, etc.)? |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |
|                          | Códigos                                | ¿Todos los trabajadores en la institución emplean el mismo lenguaje para trabajar?  |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |
|                          | Claridad de los mensajes               | ¿Todos los mensajes que circulan en la institución se emiten con total claridad?  |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |
|                          | Los medios disponibles                 | ¿Emplean los trabajadores los medios de comunicación disponibles en la institución?   |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |
|                          | Barreras de la comunicación existentes | ¿Fluye la comunicación interna para trabajar pese a posibles ruidos del ambiente?   |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |
|                          |  | ¿Fluye la comunicación interna para trabajar pese a posibles diferencias personales entre trabajadores?                             |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |



Fiestas Flores, Roberto Carlos  
DNI N° 16744141

### RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

- NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario respecto a la Comunicación Interna
- OBJETIVO : Identificar la percepción de la comunicación interna en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021.
- DIRIGIDO A : Servidores públicos del Distrito Fiscal Del Santa
- VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO :

| Deficiente | Regular | Bueno | Muy bueno | Excelente |
|------------|---------|-------|-----------|-----------|
|            |         | x     |           |           |

- NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR : Fiestas Flores, Roberto Carlos
- GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Magister en docencia universitaria e investigación pedagógica



Fiestas Flores, Roberto Carlos  
DNI N° 16744141

## MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

**TÍTULO:** Comunicación interna e identidad institucional en el Distrito Fiscal Del Santa – Chimbote, 2021

| Variable                | Dimensión   | Indicador                       | ÍTEMS   | Opción de respuesta   |                |              |                 |                     | Criterios de evaluación             |    |  |    |   |    |   |    | Observaciones y/o recomendaciones |
|-------------------------|---|---------------------------------|---|---|----------------|--------------|-----------------|---------------------|-------------------------------------|----|--|----|---|----|---|----|-----------------------------------|
|                         |   |                                 |   | Muy en desacuerdo (MD)  | Desacuerdo (D) | Indeciso (I) | De acuerdo (DA) | Muy de acuerdo (MD) | Relación entre variable y dimensión |    | Relación entre la dimensión y el indicador |    | Relación entre el indicador y los ítems |    | Relación entre el ítem y la opción de respuesta |    |                                   |
|                         |   |                                 |   |   |                |              |                 |                     | Si                                  | No | Si   | No | Si                                      | No | Si  | No |                                   |
| Identidad institucional | Identificación con la personalidad                  | La filosofía corporativa        | ¿Se siente muy identificado con la Misión del Distrito Fiscal del Santa?                                |   |                |              |                 |                     | X                                   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   |                                 | ¿Se siente muy identificado con la Visión del Distrito Fiscal del Santa?                                |   |                |              |                 |                     | X                                   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   |                                 | ¿Está muy comprometido con los objetivos del Distrito Fiscal del Santa?                                 |   |                |              |                 |                     | X                                   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   | La cultura corporativa          | ¿Acepta y respeta las creencias que se comparten dentro del Distrito Fiscal del Santa?                  |   |                |              |                 |                     | X                                   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   |                                 | ¿Siente plena identificación con los valores que se viven en el Distrito Fiscal del Santa?              |   |                |              |                 |                     | X                                   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   |                                 | Las políticas organizacionales  | ¿Está comprometido de las normas y políticas del Distrito Fiscal Del Santa?                         |                |              |                 |                     |                                     | X  |  | X  |   | X  |   | X  |                                   |
|                         | Identificación con el comportamiento organizacional | Relaciones entre trabajadores   | Por su institución en la que labora ¿Procura llevar siempre bien las relaciones con otros trabajadores? |   |                |              |                 |                     | X                                   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   |                                 | Relaciones con los superiores   | Por su institución en la que labora ¿Procura llevar siempre bien las relaciones con sus superiores? |                |              |                 |                     |                                     | X  |  | X  |   | X  |   | X  |                                   |
|                         |   | Cumplimiento de roles y labores | ¿Cumple con dedicación sus deberes en el rol asignado?  |   |                |              |                 |                     | X                                   |    | X  |    | X                                       |    | X   |    |                                   |
|                         |   |                                 |   |   |                |              |                 |                     |                                     |    |  |    |   |    |   |    |                                   |

|  |                             |  |  |  |  |  |  |  |   |  |   |  |   |  |   |  |  |
|--|-----------------------------|--|--|--|--|--|--|--|---|--|---|--|---|--|---|--|--|
| Identificación con la comunicación corporativa | Emisiones de mensajes       | ¿Contribuye con enviar y responder con mensajes muy claros?                                      |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |
|  | Recepciones de mensajes     | ¿Espera atento las indicaciones de sus superiores?   |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |
|  | Retroalimentación           | ¿Participa con la retroalimentación necesaria en cada reunión de trabajo?                        |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |
|  | Tratamiento de las agendas. | ¿Es respetuoso de las programaciones y las agendas de trabajo que se abordan?                    |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |
| Identificación con la identidad visual         | Signos corporativos         | ¿Siente orgullo de portar los emblemas o signos corporativos de la institución en que trabaja?   |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |
|  | Cromática corporativa       | ¿Valora los colores institucionales del Distrito Fiscal del Santa?                               |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |
|  | Tipografía                  | ¿Emplea con orgullo la tipografía establecida en la documentación del Distrito Fiscal del Santa? |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  |



Fiestas Flores, Roberto Carlos  
DNI N° 16744141



### RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario respecto a la Identidad Institucional

OBJETIVO : Identificar la percepción de la Identidad Institucional en el Distrito Fiscal Del Santa –  
Chimbote,  
2021

DIRIGIDO A : Servidores públicos del Distrito Fiscal del Santa

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO :

| Deficiente | Regular | Bueno | Muy bueno | Excelente |
|------------|---------|-------|-----------|-----------|
|            |         | x     |           |           |

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR : Roberto Carlos Fiestas Flores

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Magister en docencia universitaria e investigación pedagógica



Fiestas Flores, Roberto Carlos  
DNI N° 16744141

## Análisis de confiabilidad de los instrumentos

### Comunicación interna

| DATOS | P 1   | P 2   | P 3   | P 4   | P 5  | P 6  | P 7 | P 8  | P 9 | P 10 | P 11 | P 12 | P 13 | P 14 | P 15 | P 16 | TOTAL |
|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|-----|------|-----|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| 1     | 4     | 4     | 3     | 3     | 3    | 3    | 3   | 3    | 4   | 4    | 4    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 53    |
| 2     | 3     | 4     | 2     | 2     | 3    | 2    | 3   | 3    | 4   | 4    | 4    | 3    | 2    | 3    | 3    | 3    | 48    |
| 3     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2    | 2    | 2   | 3    | 3   | 2    | 2    | 4    | 2    | 2    | 3    | 2    | 37    |
| 4     | 2     | 3     | 3     | 2     | 3    | 2    | 3   | 3    | 2   | 3    | 3    | 2    | 2    | 3    | 3    | 3    | 42    |
| 5     | 2     | 3     | 3     | 3     | 3    | 3    | 2   | 3    | 2   | 2    | 2    | 3    | 2    | 3    | 3    | 4    | 43    |
| 6     | 3     | 3     | 1     | 2     | 3    | 2    | 2   | 3    | 3   | 3    | 3    | 3    | 3    | 2    | 2    | 3    | 41    |
| 7     | 2     | 3     | 2     | 2     | 2    | 2    | 2   | 2    | 2   | 2    | 3    | 3    | 2    | 4    | 3    | 3    | 39    |
| 8     | 3     | 2     | 2     | 2     | 2    | 3    | 3   | 3    | 2   | 2    | 3    | 3    | 2    | 2    | 2    | 3    | 39    |
| 9     | 2     | 1     | 4     | 2     | 4    | 4    | 4   | 4    | 3   | 4    | 3    | 4    | 4    | 2    | 4    | 3    | 52    |
| 10    | 4     | 2     | 4     | 3     | 4    | 3    | 4   | 4    | 3   | 3    | 3    | 4    | 4    | 3    | 4    | 3    | 55    |
| 11    | 4     | 2     | 3     | 3     | 3    | 3    | 3   | 3    | 3   | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 48    |
| 12    | 2     | 1     | 2     | 2     | 3    | 2    | 3   | 3    | 3   | 4    | 3    | 3    | 2    | 2    | 3    | 3    | 41    |
| 13    | 2     | 2     | 2     | 2     | 2    | 2    | 2   | 3    | 2   | 2    | 3    | 4    | 2    | 2    | 3    | 2    | 37    |
| 14    | 2     | 3     | 3     | 2     | 3    | 2    | 3   | 3    | 2   | 2    | 3    | 2    | 2    | 4    | 3    | 3    | 42    |
| 15    | 3     | 3     | 3     | 3     | 3    | 3    | 2   | 3    | 3   | 3    | 3    | 3    | 2    | 2    | 3    | 4    | 46    |
| VAR   | 0.667 | 0.838 | 0.686 | 0.238 | 0.41 | 0.41 | 0.5 | 0.21 | 0.5 | 0.7  | 0.3  | 0.41 | 0.55 | 0.52 | 0.29 | 0.29 | 34    |

|                   |       |
|-------------------|-------|
| Suma de var /ítem | 7.48  |
| Ítems             | 16    |
| Alpha             | 0.832 |

FORMULA

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum v_i}{vt} \right]$$

### Identidad institucional

| DATOS | P 1   | P 2   | P 3   | P 4  | P 5  | P 6   | P 7 | P 8  | P 9 | P 10 | P 11 | P 12  | P 13 | P 14 | P 15 | P 16 | TOTAL |
|-------|-------|-------|-------|------|------|-------|-----|------|-----|------|------|-------|------|------|------|------|-------|
| 1     | 3     | 3     | 1     | 2    | 3    | 2     | 2   | 3    | 3   | 3    | 3    | 3     | 3    | 2    | 2    | 3    | 41    |
| 2     | 2     | 3     | 2     | 2    | 2    | 2     | 2   | 2    | 2   | 2    | 3    | 3     | 2    | 4    | 3    | 3    | 39    |
| 3     | 3     | 2     | 2     | 2    | 2    | 3     | 3   | 3    | 2   | 2    | 3    | 3     | 2    | 2    | 2    | 3    | 39    |
| 4     | 2     | 1     | 4     | 2    | 4    | 4     | 4   | 4    | 3   | 4    | 3    | 4     | 4    | 2    | 4    | 3    | 52    |
| 5     | 4     | 2     | 4     | 3    | 4    | 3     | 4   | 4    | 3   | 3    | 3    | 4     | 4    | 3    | 4    | 3    | 55    |
| 6     | 4     | 2     | 3     | 3    | 3    | 3     | 3   | 3    | 3   | 3    | 3    | 3     | 3    | 3    | 3    | 3    | 48    |
| 7     | 2     | 1     | 2     | 2    | 3    | 2     | 3   | 3    | 3   | 4    | 3    | 3     | 2    | 2    | 3    | 3    | 41    |
| 8     | 2     | 2     | 2     | 2    | 2    | 2     | 2   | 3    | 2   | 2    | 3    | 4     | 2    | 2    | 3    | 2    | 37    |
| 9     | 2     | 3     | 3     | 2    | 3    | 2     | 3   | 3    | 2   | 2    | 3    | 2     | 2    | 4    | 3    | 3    | 42    |
| 10    | 3     | 3     | 3     | 3    | 3    | 3     | 2   | 3    | 3   | 3    | 3    | 3     | 2    | 2    | 3    | 4    | 46    |
| 11    | 2     | 3     | 1     | 2    | 3    | 2     | 2   | 3    | 2   | 2    | 2    | 3     | 3    | 3    | 2    | 3    | 38    |
| 12    | 3     | 3     | 2     | 2    | 2    | 2     | 2   | 2    | 2   | 3    | 3    | 3     | 2    | 3    | 3    | 3    | 40    |
| 13    | 2     | 2     | 2     | 2    | 2    | 3     | 3   | 3    | 3   | 2    | 2    | 3     | 2    | 2    | 2    | 3    | 38    |
| 14    | 4     | 4     | 4     | 2    | 4    | 4     | 4   | 4    | 4   | 4    | 4    | 4     | 4    | 3    | 4    | 3    | 60    |
| 15    | 4     | 4     | 4     | 3    | 4    | 3     | 4   | 4    | 4   | 4    | 4    | 4     | 4    | 3    | 4    | 3    | 60    |
| VAR   | 0.743 | 0.838 | 1.114 | 0.21 | 0.64 | 0.524 | 0.7 | 0.41 | 0.5 | 0.7  | 0.3  | 0.352 | 0.78 | 0.52 | 0.57 | 0.14 | 64.9  |

|                   |       |
|-------------------|-------|
| Suma de var /ítem | 9.02  |
| Ítems             | 16    |
| Alpha             | 0.918 |

FORMULA

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum v_i}{vt} \right]$$

## Anexo 04: Cálculo del tamaño de muestra

### Población

424 trabajadores administrativos del Distrito Fiscal del Santa ubicado en la ciudad de Chimbote

### Muestra

Se procedió a aplicar la fórmula de poblaciones finitas:

$$n = \frac{NZ^2 pq}{(N - 1)E^2 + Z^2 pq}$$

Leyenda:

Z: 1,96 (95%)

E: 0.05

p: 0.5

q: 0.5

N: 424

Al reemplazar valores:

$$n = \frac{424 (1,96)^2 (0.5) (0.5)}{(424 - 1) (0.05)^2 + (1,96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{424 (3.8416) (0.25)}{423 (0,0025) + (3,8416) (0.25)}$$

$$n = \frac{(424) 0,9604}{1,0575 + 0,9604}$$

$$n = \frac{407.2096}{2.0179}$$

$$n = 201.79$$

Chimbote, 13 de mayo de 2021.

**AURA CARRASCO CHAPOÑÁN**  
PRESIDENTE DE LA JUNTA DE FISCALES SUPERIORES DEL SANTA  
DISTRITO FISCAL DEL SANTA

CHIMBOTE  
SANTA - ANCASH

Presente

De mi especial consideración:

Es grato expresarle mis saludos a nombre de la Escuela de Posgrado de la Universidad Cesar Vallejo de Chimbote y desearle todo tipo de éxitos en su gestión al frente de su representada.

La Escuela de Posgrado ha previsto en su plan de estudios el desarrollo de Informes de Investigación, las mismas que estamos seguros contribuirán a la consolidación del aprendizaje de nuestros estudiantes.

Por esta razón, es nuestro interés solicitarle las facilidades para que el alumno **CHÁVEZ PARIONA, OSCAR**, identificado con DNI Nro.: 7376987 estudiante del **Programa Académico de MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN** del periodo 2021-1, pueda acceder a información o aplicar sus instrumentos de recolección de datos a fin de estudiar alguna problemática de interés para su institución y por consiguiente logre desarrollar su Informe de Tesis por lo que solicitamos nos brinde su apoyo en la realización de la misma.

Seguros de contar con su apoyo, nos suscribimos de Usted reiterando nuestro afán por trabajar mancomunadamente por el desarrollo y bienestar de la comunidad.

Atentamente



**Mg. JORGE VARGAS LLUMPO**  
COORDINADOR DE INVESTIGACION  
ESCUELA DE POSGRADO  
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO - CHIMBOTE



**MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA**

**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, FIESTAS FLORES ROBERTO CARLOS, docente de la ESCUELA DE POSGRADO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "COMUNICACIÓN INTERNA E IDENTIDAD INSTITUCIONAL EN EL DISTRITO FISCAL DEL SANTA - CHIMBOTE, 2021", cuyo autor es CHAVEZ PARIONA OSCAR , constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

CHIMBOTE, 04 de Agosto del 2021

| <b>Apellidos y Nombres del Asesor</b>  | <b>Firma</b>  |
|--|---|
| FIESTAS FLORES ROBERTO CARLOS<br><b>DNI:</b> 16744141<br><b>ORCID:</b> 0000-0002-5582-0124 | Firmado digitalmente por<br>:RFIESTASFL el 04-08-2021<br>12:56:14 |

Código documento Trilce: TRI - 0167138