



**UNIVERSIDAD NACIONAL
SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN Y
DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**“PERCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE RANRAHIRCA, YUNGAY - 2021”**

**Tesis para optar el título Profesional de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

AUTOR:

BACH. PERCY ANGEL OBREGÓN URBANO

ASESOR:

MG. JIM MONTALVO CÁRDENAS

Huaraz – Perú

2022





ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huaraz, siendo las 11:00 horas del día jueves 02 de marzo del año 2023, se reunieron los Miembros del Jurado de Sustentación de Tesis en acto público en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo para evaluar la defensa de la tesis presentada por el bachiller:

Nombre(s) y apellidos	Carrera profesional
PERCY ANGEL OBREGÓN URBANO	Ciencias de la Comunicación

TÍTULO DE LA TESIS:

PERCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE RANRAHIRCA, YUNGAY-2021

Después de haber escuchado la sustentación y las respuestas a las preguntas formuladas por el Jurado, se le declaró **APTO** para optar el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Con el calificativo de (14) catorce al Bach. Percy Angel Obregón Urbano

En consecuencia, el sustentante queda en condición de recibir el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, conferido por el Consejo Universitario de la UNASAM de conformidad con las Normas Estatutarias y la Ley Universitaria en vigencia.

Huaraz, 02 de marzo del 2023.



Mg. Edgar Alberto Herrera Tuya
Presidente



Mg. Eredy Oswaldo Loli Natividad
Secretario



Mg. Ernesto Filomeno Narváez Pomiano
Vocal

NOMBRE DEL TRABAJO

**INFORME DE TESIS PERCY OBREGÓN 20
21 (3).docx**

RECUENTO DE PALABRAS

15901 Words

RECUENTO DE PÁGINAS

140 Pages

FECHA DE ENTREGA

Feb 22, 2023 11:41 AM GMT-5

RECUENTO DE CARACTERES

95281 Characters

TAMAÑO DEL ARCHIVO

13.5MB

FECHA DEL INFORME

Feb 22, 2023 11:43 AM GMT-5**● 19% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 15% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

DEDICATORIA

A mi Padre, y abuelitos en el cielo símbolo de trabajo y humildad.

A mis abuelos en vida, por su fortaleza, unión y humildad.

A mi madre y hermanos por el apoyo constante, consejo y fortaleza para alcanzar mi propósito soñado.

Percy Obregón

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme salud y guiar mi camino.

A mi madre y hermanos quienes depositaron su confianza y me brindaron las fortalezas y alientos para proseguir con mis objetivos.

A mi asesor Jim Montalvo Cárdenas, por guiarme y aprender cada detalle de su profesionalismo.

A mis compañeros de trabajo por su gran amistad y colaboración.

El tesista

RESUMEN

El presente estudio denominado “Percepción de la Comunicación Interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca, Yungay 2021”, estableció como objetivo describir la percepción de la comunicación interna en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca, bajo un enfoque metodológico cuantitativo, con un diseño no experimental y transversal. El instrumento que se aplicó para esta investigación fue a través de un cuestionario de 51 preguntas, para lo cual se tomó como muestra a 23 trabajadores entre ellos nombrados y contratado de las diferentes áreas que conforman el organigrama estructural de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca. En base a los resultados obtenidos a través del análisis de frecuencia y porcentajes se logró determinar que la percepción de la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca es positiva, representada por el 73,91%. Este resultado toma en cuenta de manera global las dimensiones de vínculo de los trabajadores con la institución, efectividad de los propósitos de la organización, orgullo e identidad.

Palabras clave: comunicación interna.

ABSTRACT

The present study called "Perception of Internal Communication in the District Municipality of Ranrahirca, Yungay 2021", aims to describe the perception of internal communication in the workers of the District Municipality of Ranrahirca, under the study of quantitative methodological approach, with a non-experimental and cross-sectional design, the instrument that was applied for this research was through a questionnaire of 51 questions, for which 23 workers were taken as a sample, among them appointed and hired from the different areas that make up the District Municipality of Ranrahirca.

Based on the results obtained through the statistical method, it was possible to determine that the perception of internal communication in the District Municipality of Ranrahirca is positive, represented by 73,91% who are oriented towards contributing to the link between workers and the institution. In the effectiveness of the purposes of the organization, in pride and identity.

Keywords: internal communication.

INTRODUCCIÓN

Estudiar la comunicación interna tiene una gran importancia porque permite identificar los problemas intra organizacionales desde una perspectiva comunicacional; además, contribuye a identificar cómo se sienten los trabajadores en su centro laboral y cuán comprometidos están con la institución. La comunicación interna es uno de los soportes fundamentales en toda institución, sean pública o privada.

Esta investigación tuvo como propósito describir la percepción de la comunicación interna en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca, pues es una jurisdicción en la que se han iniciado acciones de comunicación recientemente.

En el capítulo 1 se desarrolla el planteamiento del problema, los objetivos y la justificación de la investigación; en esta última se presentan las razones que motivaron al investigador a realizar el presente estudio. Además, se detalla la metodología utilizada en la investigación; se indica el tipo y diseño de estudio, la población, la muestra y los instrumentos de recolección de datos empleados.

El capítulo 2 se aboca desarrollar el marco teórico, en el que se resumen las teorías que dan soporte epistemológico a la investigación. Se explican los antecedentes internacionales, nacionales y locales que respaldan el estudio, se conceptualiza el marco teórico basado en la selección de autores que definen y desarrollan la variable analizada y su descomposición en un constructo teórico.

El capítulo 3 presenta los resultados de la investigación, destacándose el trabajo realizado en campo, se grafican los resultados obtenidos tras la aplicación de la encuesta, para luego contrastarlos con los otras investigaciones y precisiones teóricas en la discusión de resultados.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones obtenidas como resultado de estudio de esta investigación. Así mismo, se incluyen al final las referencias bibliográficas y anexos como evidencia de la ejecución.



SUMARIO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT.....	v
INTRODUCCIÓN	vi
SUMARIO	viii
CAPÍTULO I. PROBLEMA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
1.1. El Problema de Investigación	11
1.1.1. Planteamiento del Problema de Investigación	11
1.1.2. Formulación del Problema de Investigación.....	14
1.2. Objetivos de la Investigación.....	14
1.3. Justificación de la Investigación	15
1.4. Hipótesis	17
1.4.1. Operacionalización de Variables	18
1.5. Metodología de la Investigación.....	22
1.5.1. Tipo de Estudio.....	22
1.5.2. El Diseño de Investigación	22
1.5.3. Población y Muestra	22
1.5.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	24
1.5.5. Técnicas de Análisis y Prueba de Hipótesis.....	25

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	26
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	26
2.2. Bases Teóricas	30
2.3. Definición de Términos	49
CAPÍTULO III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	52
3.1. Descripción del Trabajo de Campo.....	52
3.2. Presentación de Resultados.....	53
3.3. Discusión de Resultados	59
CONCLUSIONES	65
RECOMENDACIONES.....	67
REFERENCIAS.....	69
ANEXOS	81



CAPÍTULO I. PROBLEMA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. El Problema de Investigación

1.1.1. Planteamiento del Problema de Investigación

En la actualidad, la comunicación interna cumple un rol muy importante para las organizaciones dentro del ámbito laboral público y privado, con nuevos estilos de liderazgo con los cuales muchos servidores comparten su profesionalismo en el día a día.

La armonía y el éxito de una organización está sustentado en el adecuado manejo de la comunicación interna. En este caso, las municipalidades, precisamente como lo menciona la Ley Orgánica de Municipalidades, Ley N.º27972 de 2003, tienen como finalidad representar a la comunidad, promoviendo la correcta prestación de servicios públicos locales y en el ámbito del desarrollo integral, sostenible y armónico.

De igual manera, las municipalidades, al ser instituciones públicas, logran atender servicios primordiales para la población; en ese sentido, si no se percibe una adecuada comunicación interna entre los propios colaboradores, se generarían deficiencias que influirían en los procesos de atención al ciudadano. La consecuencia inmediata de este problema se sentiría en una percepción negativa por parte de la población.

Un primer problema identificado en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca que puede afectar el sentido de logro entre los trabajadores, es la ambigüedad en las indicaciones recibidas e incluso en la distribución de funciones, lo que genera en algunos casos confusión y en otros, duplicidad. Esta situación queda evidenciada en las fuentes consultadas, en este caso los memoriales



presentados por la representación sindical de los trabajadores en los que se solicita mayor precisión en la distribución de funciones, sobre todo, para aclarar el rol que cumplirán los nuevos trabajadores. A este problema se suma la deficiente retroalimentación por parte de los jefes de área, quienes en algunos casos dan por sobreentendido el trabajo que deben realizar los colaboradores de su oficina.

Un segundo problema identificado consiste en las limitaciones para el ejercicio oportuno de sus funciones; en este caso, los plazos en los que se ejecutan los trabajos no son respetados y los trabajadores se justifican en función a indicaciones dadas por los directivos fuera del tiempo prudencial. Si bien es cierto que existen casos tan repetidos en las instituciones como el pedido urgente de un jefe a su trabajador para cumplir una tarea que puede implicar un mayor sacrificio de su parte para lograrlo en un breve espacio de tiempo, esto solo es posible cuando el colaborador se siente parte de la institución e identifica la urgencia como insoslayable para beneficio de la entidad. Esta problemática fue percibida mediante la observación del investigador en la propia institución.

Un tercer problema identificado es la falta de compromiso para dar cumplimiento a sus funciones, puesto que se sienten obstaculizados a causa de la recarga laboral y al exiguo presupuesto asignado. La fuente que evidencia esta aseveración la constituyen las declaraciones ante los medios de comunicación ofrecidas por el jefe de Recursos Humanos de la municipalidad.

La repercusión de esta problemática afectaría a cualquier institución; no obstante, el impacto es aún mayor en las organizaciones con un número de personal limitado. Este es el caso de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca cuenta apenas

con 23 trabajadores, lo que hace que las deficiencias de un trabajador adquieran mayor peso en el producto total de la institución.

En muchas instituciones públicas persisten deficiencias para mejorar la comunicación interna, ya que en algunos casos no se toma en cuenta la importancia de estas variables por parte de los líderes de la institución. Igualmente, no se toma como prioridad contratar a profesionales en comunicación quienes planteen estrategias para instruir a que los trabajadores mantengan la línea de comunicación interna según el organigrama estructural de la institución.

Si los problemas de comunicación continúan, la interacción en el interior de la municipalidad puede desencadenar en un mal clima laboral o una menor productividad, conforme señalan múltiples estudios correlacionales. Por otro lado, también existe una repercusión externa: se incrementará la desconfianza del público usuario por lo que ocurre dentro de la institución. He allí la importancia de generar adecuados canales de comunicación.

Hoy en día, si las entidades no toman interés en mejorar estrategias para una buena comunicación interna entre sus colaboradores, esto conllevará a una inestabilidad en el clima organizacional de la institución, perdiéndose el compromiso de identidad que tienen los trabajadores con la institución, que dejaría como consecuencia la falta de compromiso en el trabajo, desmotivación y divisionismo del personal.

Las instituciones necesitan plantear estrategias comunicativas de retroalimentación para manejar la comunicación entre funcionarios y trabajadores, con canales de comunicación que resulten factibles y permitan tener resultados favorables.

No obstante, para la adopción de decisiones informadas se requiere de diagnósticos que identifiquen de manera específica dónde se encuentran los ‘puntos de dolor’. Solo así se pueden establecer políticas comunicacionales pertinentes que impliquen la apertura para que los directivos consoliden estrategias de interacción de manera positiva con el colaborador, espacios de información y retroalimentación, fortalecimiento y adecuación de canales de comunicación acordes al contexto de la municipalidad.

1.1.2. Formulación del Problema de Investigación

Problema General

¿Cuál es la percepción de la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca?

Problemas Específicos (Pe)

Pe1: ¿Cuál es la percepción del vínculo que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca?

Pe2: ¿Cuál es la percepción de la efectividad que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca?

Pe3: ¿Cuál es la percepción del orgullo que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca?

Pe4: ¿Cuál es la percepción de la identidad que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca?

1.2. Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Describir la percepción de la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca.

Objetivos Específicos (Oe)

Oe1: Describir la percepción del vínculo que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca.

Oe2: Describir la percepción de la efectividad que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca.

Oe3: Describir la percepción del orgullo que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca.

Oe4: Describir la percepción de la identidad que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca.

1.3. Justificación de la Investigación

Hoy en día, se necesita realizar investigaciones que involucren mucho el aspecto administrativo de las organizaciones tanto públicas como privadas y cómo estos vienen manejando las herramientas comunicativas adecuadas que puedan medir el nivel de percepción de la comunicación interna para mejorar el conocimiento de la realidad.

En los últimos años, avances de la tecnología, la comunicación interna se ha transformado en una herramienta clave para las organizaciones, posicionando la imagen institucional de la entidad, así como comprender el proceso de percepción interno de cada trabajador que es clave fundamental para identificar las debilidades que conllevan a retrasos y conflictos.

La presente investigación se justifica teóricamente, pues describe la percepción de la comunicación interna de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca. Así mismo, presenta un constructo teórico sólido con las dimensiones que involucran una comunicación afectiva dentro de la institución. La

investigación identifica a profundidad las debilidades que tiene la comunicación interna, conforme a las propuestas de especialistas cuyos aportes sirven de referencia conceptual y pragmática para las áreas de comunicación.

Por otro lado, la ejecución de la presente investigación describe las dimensiones de la comunicación interna de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca que busca alinear a los integrantes del gobierno local dentro del espacio corporativo de la estructura organizacional; además, determina los canales de comunicación interna dentro de la organización, lo cual permitirá que la entidad fluya activamente en sus procesos de gestión.

De igual manera, este estudio posee valor metodológico puesto que para la recolección de datos se ha empleado un instrumento altamente confiable y con valides evaluada, respetando la medición de todos los indicadores contemplados en cada uno de las de las dimensiones de la variable de estudio. Este instrumento podrá ser utilizado por organizaciones de similares características para identificar la percepción de su comunicación interna.

Finalmente, la presente investigación encierra una importancia práctica y relevancia social, puesto que sus resultados ofrecen información primordial para que los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca, a través de las áreas correspondientes, puedan generar estrategias que permitan superar las debilidades de la comunicación interna por parte de los funcionarios y trabajadores.

1.4. Hipótesis

Hipótesis General

Medir un fenómeno para describirlo no requiere de hipótesis a menos que se trate de estudios predictivos (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018); como no es el caso, este estudio no considera una hipótesis en su planteamiento.

Clasificación de Variables

Comunicación Interna. Herramienta de gestión, técnica o medio para alcanzar un fin, cuya tarea principal es buscar eficiencia en la recepción y comprensión de la información (Brandolín & Gonzáles, 2008).

1.4.1. Operacionalización de Variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores (clasificación, características)	Ítems
Percepción de la comunicación interna.	Según Brandolin & Gonzàles (2008), herramienta de gestión, técnica o medio para alcanzar un fin, cuya tarea principal es buscar eficiencia en la recepción y comprensión de la información.	La percepción de la comunicación interna es la forma como el público interno de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca concibe las acciones comunicacionales emprendidas por su institución. Esta percepción será recogida a través de una encuesta	Vínculo	Relaciones	Matriz ,1 ítem 1
				Reciprocidad	Matriz ,1 ítem 2,3
				Interacción	Matriz ,1 ítem 4,5
				Desarrollo Profesional	Matriz ,1 ítem 6,7
				Gestión del Desempeño	Matriz ,1 ítem 8
				Reconocimiento	Matriz ,1 ítem 9,10
				Las compensaciones	Matriz ,1 ítem 11
				La Formación	Matriz ,1



que incluirá a todos los trabajadores de dicha municipalidad.		ítem 12
	Calidad de Vida	Matriz ,1 ítem 13,14
	Beneficios	Matriz ,1 ítem 15,16
	Equilibrio de Vida	Matriz ,1 ítem 17
	Grupo Humano	Matriz ,1 ítem 18
	Recreación	Matriz ,1 ítem 19
	Trato Justo	Matriz ,1 ítem 20
	El Respeto	Matriz ,1 ítem 21,22,23
	La Equidad	Matriz ,1 ítem 24,25
	Efectividad	Misión



	ítem
Visión	26,27,28
	Matriz ,2
Objetivos	ítem
	29,30,31
	Matriz ,2
Metas	ítem
	32,33,34
Resultados	Matriz ,2
	ítem
	35,36,37
Proyectos	Matriz ,2
	ítem
	38,39,40,41
	Matriz ,2
	ítem
	42,43,44



Orgullo	Cliente	Matriz ,3 ítem 45
	Comunidad	Matriz ,3 ítem 46
	Sociedad	Matriz ,3 ítem 47
Identidad	Valores	Matriz ,4 ítem 48,49,50
	Cultura Organizacional	Matriz ,4 ítem 51



1.5. Metodología de la Investigación

1.5.1. Tipo de Estudio

La presente investigación corresponde al enfoque metodológico cuantitativo (Fernández, 2022). Esto permite estimar las magnitudes del fenómeno de investigación, en este caso, determinar la ocurrencia en mayor o menor grado de la percepción de la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca.

El alcance o nivel de la investigación es descriptivo, ya que éste describe las características de las dimensiones de la percepción de la comunicación interna a investigar (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). El estudio descriptivo se desarrolla midiendo las características de la percepción de la comunicación interna de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca.

1.5.2. El Diseño de Investigación

El diseño de la investigación es no experimental, puesto que se realizará sin la manipulación premeditada de la variable y se limitará a la observación del fenómeno de estudio en su ambiente natural (Hernández, 2014). A su vez, se trata de un estudio de corte transversal, pues el recojo de datos se da en un momento determinado, sin abarcar largos periodos de tiempo.

1.5.3. Población y Muestra

Población. La población está integrada por los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca, nombrados y contratados, en el año fiscal 2021, y se encuentran segmentados como se expresa en la siguiente tabla:

N. o	Áreas de la Municipalidad	N.º de trabajadores	
		Nombrados	Contratados
1	Secretaría General	1	0
2	Auxiliar de Secretaría	0	1
3	Tesorería	1	0
4	Asistente de Tesorería	0	1
5	Contabilidad	0	1
6	Logística	0	2
7	Área Técnica Municipal	0	2
8	Archivo y Transparencia	1	0
9	Área de Desarrollo Urbano y Rural	0	4
10	Recursos Humanos y Rentas	1	0
11	Imagen Institucional- Caja-Trámite Documentario	0	1
12	Programa Social- Unidad Local de Empadronamiento – Vaso de leche	1	0
13	Registro Civil	1	0
14	Demuna	1	0
15	Maquinarias y Vehículos	0	1
16	Guardianía del Estadio Municipal	0	1
17	Agua Potable	1	0
18	Guardianía del Palacio Municipal	1	0
Subtotal		9	14
Total		23	

Nota. Datos tomados de la página web de la Municipalidad de Ranrahirca

(2021)

Muestra. Al tratarse de una población pequeña, se optó por hacer la investigación de manera censal; es decir, incluyendo a todos los individuos. De esta manera, la población y la muestra están integradas por los 23 trabajadores municipales.

1.5.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Descripción de la Unidad de Análisis. Para la presente investigación se describirá las características de las dimensiones del vínculo, efectividad, orgullo e identidad de la percepción de la comunicación interna de los diferentes profesionales, equipo multidisciplinario de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca. Se trata de un personal cuyo vínculo laboral con la institución se da durante la gestión 2019-2022.

Técnicas e instrumentos de la recolección de datos.

Técnica: Encuesta. Debido a que se trata de una investigación que mide la percepción de los trabajadores municipales sobre la comunicación interna, la técnica aplicada fue la encuesta, puesto que es una técnica utilizada en el ámbito de las ciencias sociales, válida para la investigación científica.

Instrumento: Cuestionario. Para la presente investigación, el instrumento fue un cuestionario con 51 preguntas que tomaron en cuenta los 27 indicadores que se extrajeron de las dimensiones de la variable comunicación interna. Para tal fin se tomó como apoyo una escala de Likert que facilitó la respuesta de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca, integrantes de la muestra de la presente investigación.

Asimismo, este instrumento fue sometido a una prueba piloto que permitió asegurar su confiabilidad. La prueba piloto fue aplicada a 15 trabajadores de otra municipalidad con características similares. El resultado se estableció según el Alpha

de Cronbach y arrojó una confiabilidad de 0,79, lo que permite asegurar un alto nivel de confiabilidad y su posterior repetibilidad.

Por otro lado, el instrumento también fue sometido al juicio de expertos, quienes determinaron su claridad, congruencia, contexto y dominio del constructo. Los profesionales que participaron en el proceso de validación son especificados en la siguiente tabla:

N.º	Nombres	Título	Años de experiencia
1	Nabil Rodríguez Barraza	Licenciado en Ciencias de la Comunicación, con estudios de maestrías terminados.	Doce años en comunicación organizacional.
2	Christian Jara Jaramillo	Licenciado en Ciencias de la Comunicación, con estudios de maestrías terminados.	Seis años como comunicador organizacional.
3	Llilbert Huaromo Malpaso	Licenciado en Ciencias de la Comunicación, con estudios de maestría terminados.	Cinco años como comunicador organizacional.

1.5.5. Técnicas de Análisis y Prueba de Hipótesis

Al tratarse de un descriptivo las técnicas de análisis son: observacional, para el planteamiento del problema y el procesamiento descriptivo para los datos recogidos con la aplicación de los instrumentos.

En cuanto a la prueba de hipótesis, esta se realizó por ser el presente un estudio descriptivo que mide las características de la percepción de la comunicación interna de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Antecedentes de la Investigación

Antecedentes Internacionales

Morocho (2018), presenta la tesis titulada *Diagnóstico de la comunicación interna del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Girón*, planteando como objetivo diagnosticar las expresiones internas de la comunicación y establecer qué ventajas se pueden producir a nivel institucional mediante de una gestión adecuada. La muestra de la investigación fue constituida por 69 colaboradores de la organización y valorar el horizonte de la comunicación interna a través de datos numéricos. El resultado estableció que un 43% de personas encuestadas percibía de manera positiva los procedimientos comunicacionales internos.

Cárdenas (2018), en su investigación de enfoque cualitativo y metodología inductiva, planteó la tesis de licenciatura titulada *Comunicación interna, una mirada desde las organizaciones comunitarias: análisis de caso Asociación Agropecuaria "Santa Teresita" Cantón Guachapala periodo septiembre-enero 2018*, se enfocó en exponer el punto de vista de las organizaciones comunales en torno a la organización interna de la comunicación. Para ello, tomo como muestra a 32 miembros, teniendo como resultado que la comunicación interna es satisfactoria para el 81%, en desmedro del 19% que argüía no poseer la información necesaria que contribuya a la comprensión y solución de problemas. Asimismo, el 56% de socios se consideró satisfecho con las acciones comunicacionales internas de la organización. Entre tanto, el 25% señaló estar muy satisfecho con la información recibida de parte de los líderes de la institución.

No obstante, debido a la importancia de la gestión de la información, el 19% respondió sentirse poco satisfecho con los contenidos que le ofrece la organización, particularmente con los directivos.

Antecedentes Nacionales

Carhuamaca (2019), desarrollo la tesis titulada *Percepción de la comunicación interna en las municipalidades de Sapallanga y Pucará*, considerando como principal objetivo señalar la diferencia entre la consideración de la comunicación interna que recibe cada uno de los municipios estudiados. La muestra de la investigación fue de 59 servidores del municipio de Sapallanga y 24 colaboradores de la comuna de Pucará. El resultado alcanzado a través del chi cuadrado estableció que la comunicación interna está correctamente posicionada (4,66 Sig. (0,00) y al 95% de nivel de confianza) en la municipalidad de Pucará. En cuanto a las categorías ascendente y descendente, el resultado fue de un nivel que oscilaba entre bueno a intermedio.

Salas y Salas (2019), desarrollaron la tesis titulada *Percepción de la comunicación interna en trabajadores de la empresa prestadora de servicios de aguas de Lima norte*, se orientó a identificar cómo los trabajadores de dicha empresa percibían la comunicación interna. El estudio definió la muestra considerando a 132 trabajadores. Los resultados a los que arribó la investigación arrojaron que el 59.8% piensa que solo a veces se emplean buenos canales de comunicación. Una cifra menor, el 20.5% señaló que casi nunca percibían una buena selección de los canales de comunicación. Este resultado grafica una percepción inadecuada de la comunicación interna.

Montes (2019), desarrolló la tesis titulada *Comunicación interna y productividad laboral en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Sachaca*,

Arequipa – 2019, se propuso establecer la relación entre la comunicación interna y la productividad laboral de los servidores del municipio. La investigación consideró como muestra a 59 colaboradores. El resultado dejó clara la relación de $r=0,503$ entre las ambas variables de estudio: La conclusión especificó que el tipo de relación era positiva.

Infazón (2017), desarrollo la tesis titulada *Percepción sobre la comunicación interna en la Empresa Minera GyM Madre de Dios – Huepetue*, proponiendo como objetivo señalar la percepción sobre la comunicación interna en la dicha empresa. La muestra fue representativa y estuvo integrada por 44 trabajadores. El resultado no fue concluyente, pues dividió en 50.0% la percepción positiva y negativa de los trabajadores hacia la empresa.

Quiroz (2015), desarrolló la tesis titulada *Percepción sobre la comunicación interna en la Cooperativa Minera Cerro san Francisco Responsabilidad Limitada*, se concentró en determinar la percepción de la comunicación interna en dicha empresa extractiva. El estudio incluyó en la muestra a 66 trabajadores. El resultado identificó una comunicación interna cooperativa (53.0%).

Antecedentes Locales

Saldarriaga (2020), en su investigación de alcance correlacional, desarrolló la tesis titulada *Comunicación interna y satisfacción laboral en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Mácate*, apuntando a relacionar la comunicación interna y la satisfacción laboral de los servidores de la organización. La muestra estuvo integrada por 40 operarios ediles. El resultado tras el procesamiento de los datos recolectados mostró que la comunicación interna tiene una relación altamente significativa ($p<0.01$)

y en grado positivo fuerte ($r=-0.787$) con la satisfacción laboral en el municipio de Mácate 2019.

Calhua y Rosales (2018), investigaron *La comunicación interna y su relación con el clima organizacional de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Huántar – Huari*, concentrándose en determinar la relación entre ambas variables de estudio, los datos se obtuvieron de la encuesta practicada a 129 trabajadores. El resultado determinó una relación significativa entre la comunicación interna y el clima organizacional. Así quedó demostrada la hipótesis donde el coeficiente de contingencia, es menor que 0,05($0.000 < 0,05$).

Mena y García (2017), en su investigación con enfoque mixto y alcance correlacional sobre *La comunicación interna y su incidencia con el clima organizacional en la Institución Educativa N°86505 Oscar Nicolás Torres Velásquez, Santa Cruz, Huaylas Ancash, Perú*, plantearon como objetivo establecer la incidencia de la primera en la segunda variable. La muestra considerada para el estudio fue de 108 personas entre alumnos, docentes y trabajadores administrativos. De este número, el 42.9% de docentes y administrativos indicaron que la comunicación interna es mala.

Gavidia y Gómez (2017), desarrollaron la tesis titulada *Diagnóstico de la Comunicación Interna en el Personal Administrativo de la Municipalidad Distrital del Santa – 2016*, señalando como objetivo conocer las falencias más críticas de la empresa en el ámbito de la comunicación interna. Los resultados fueron claros al establecer que el 75,5% de los trabajadores administrativos se encontraban en desacuerdo con la gestión comunicacional, pues sus opiniones no son escuchadas por los altos directivos de la gerencia; solo el 10% se mostró indiferente y apenas el 8,6% opinó

favorablemente. El estudio concluyó con un diagnóstico en el que se consideró a la comunicación interna como deficiente. Además, también se identificó como mala la relación entre la alta gerencia y los trabajadores, lo que contribuye a un clima laboral defectuoso.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. *Epistemología de las Teorías de la Comunicación Organizacional*

El enfoque de Massoni. Persigue una epistemología comunicativa que ve los problemas en la dinámica de la organización, en la relación integral entre actores, mensajes, canales y contextos que construyan matrices de análisis.

Antes de que la comunicación organizacional sea materia de estudio, surgieron teorías que fueron dándole bases epistemológicas y que serán presentadas a continuación de manera progresiva.

Uno de esos antecedentes teóricos es la comunicación intergrupala sobre la cual Aguado (2004) considera que su observación caracterológica define a una sociedad. Así, la sociedad actual juzgada por sus patrones de comunicación intergrupala es concebida como una sociedad del conocimiento que se caracteriza por:

- Cambio en las interacciones sociales, incremento de su formalización.
- Complejidad a nivel estructural, lo que se refleja en el exceso de instancias, niveles o estructuras con múltiples funciones y componen un abstruso tejido de relacionamiento social. Lo que diferencia a las sociedades es su heterogeneidad funcional (Luhmann, 2010).

- Las capacidades de comunicación se extienden. Existen procesos comunicacionales amplios en los que participan todos los niveles sociales; frente a ello, se torna más crucial la adecuada gestión de la información y su conveniente intercambio.

Escuela Clásica. Sobre la organización y producción forjadas desde el segundo período decimonónico y reforzado a inicios del siglo XX, las relaciones humanas han sido contempladas desde una perspectiva economicista; así, el individuo es visto desde su dimensión racional para beneficio propio. Esta mirada propicia que las organizaciones jerarquizadas y lineales formen el binomio individuo-función.

Encaja esta perspectiva de organización con la metáfora de la máquina, cuyas partes son los individuos que ejecutan diferentes tareas a fin de obtener una recompensa. Siguiendo esta línea, la comunicación solo puede fluir mediante canales formales en la dirección que la estructura jerárquica determine. De este modo, se preconiza la comunicación bajo un modelo autoritario según el organigrama (Aguado Terrón, 2004).

Escuela de Relaciones Humanas. A partir de 1930, en un contexto de transición entre el capitalismo industrial y el de consumo, aparece una respuesta que se distancia de los modelos tecnicistas, economicistas y racionalistas imperantes en la escuela clásica. Esta nueva mirada se orienta por primera vez hacia la motivación individual.

Así mismo, pone el interés en el ser humano y sus posibilidades de respuesta. Analiza los factores emocionales y cognitivos que guían la comunicación en el interior de la organización. Las compañías empiezan a observar el lado personal del trabajador,

tomar en cuenta sus intereses de realización y mejora profesional. En ese tiempo se promueven las investigaciones motivacionales y se mejoran los canales de comunicación tomando en cuenta la retroalimentación o *feedback*. Finalmente, se genera espacio a la bidireccionalidad de la comunicación. De arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba (Aguado Terrón, 2004).

Escuela Sistémica. Esta corriente aparece en los años 60s y tiene su origen en la sociología y su teoría de sistemas. Desde esta perspectiva se concibe a la compañía o institución como un sistema, una organización social con áreas establecidas para lograr un fin corporativo en el que prevalece el equilibrio dinámico.

Se continúa dando importancia a la retroalimentación, pues es precisamente la bidireccionalidad del proceso comunicacional la que permite la dinámica positiva en el interior de la organización. A esto se le suma la comprensión de un entorno social a la cual la organización se debe y no puede desvincularse (Luhmann, 2010).

2.2.2. Comunicación Organizacional

Propiamente, la comunicación organizacional puede considerarse como el conjunto de acciones que parten de la investigación del intercambio de información y generación de mensajes dentro de una entidad. Para Andrade (2010), la comunicación organizacional se trata de técnicas y mecanismos que permiten elaborar y poner en marcha un conjunto de estrategias que generen, orienten y agilicen el flujo de mensajes en el interior de la organización y hacia sus públicos externos.

Esta percepción permite establecer dos frentes de comunicación para las organizaciones. Primero, la comunicación interna, concentrada en las acciones ejecutadas por la organización con el propósito de garantizar las relaciones saludables

con y entre sus miembros. Para lograrlo, es necesario emplear distintos canales de comunicación que aseguren la información y motivación de los integrantes de la organización, pero siempre apuntando al logro de los objetivos institucionales (Andrade, 2010).

En el otro frente se encuentra la comunicación externa, aquella que consiste en la producción y gestión de mensajes que la organización dirige a sus clientes, usuarios, proveedores, autoridades, comunidad, e incluso a su competencia. El trabajo de comunicación externa se orienta a conservar y fortalecer buenas relaciones con dichos grupos de interés. Una buena estrategia de comunicación externa repercute en la proyección de una imagen positiva.

Entonces, con base en la teoría analizada, se puede establecer que la comunicación organizacional analiza el papel que desempeñan los procesos comunicacionales al interior y exterior de la entidad para contribuir a reflejar una imagen aprobada y aceptada por sus públicos (Loren 2012).

Precisamente esa perspectiva social se basa en tres elementos claves:

La Cultura Organizacional. Son los paradigmas de comportamiento particulares de la organización. Un sinnúmero de hábitos y estilos de desenvolvimiento de los integrantes de la organización que determinan su identidad o espíritu. Se trata de la manera cómo se realizan las actividades y fluyen los procesos en la organización. En este punto la comunicación juega un papel fundamental, puesto que de su gestión depende que esa cultura sea saludable o nociva para los fines de la organización (Loren, 2012).

La Identidad Organizacional. Para Brandolin y Gonzáles (2009), la identidad organizacional tiene dos componentes, uno racional y otro emocional. La dimensión racional es estratégica y planificada. Tiene que ver con la manera en que la organización plantea gestar su identidad en base a determinados valores, principios, misión y visión. Además, esa planificación toma en cuenta la posición de la organización en su contexto. El componente emocional, por otra parte, es espontáneo. Surge de la interpretación que los miembros de la organización hacen de esa misión, visión, etc. y que luego será percibida por el público. Los dos componentes pueden resumirse en: (1) la manera como la organización se ve a sí misma y (2) la forma cómo los integrantes la ven.

La Imagen Organizacional. Se establece según la percepción que tiene la organización frente a los actores sociales y el público de su entorno, si la identidad organizacional es lo que la organización piensa de sí misma, siendo que la imagen organizacional es lo que otros piensan de ella. La conexión entre identidad e imagen organizacional constituyen el eje de la comunicación estratégica en las organizaciones abarcando desde el marketing de la comunicación publicitaria, comunicación de crisis, comunicación integral y marca (Brandolín y Gonzáles 2009).

2.2.3. Comunicación Interna

Según Brandolin y Gonzáles (2008), es la herramienta de gestión para lograr un fin como primacía, encaminada al público interno que busca la eficacia en la aceptación y comprensión de los mensajes produciendo un ambiente participativo, fértil y armonioso. Uno de los principales ejes de la comunicación interna es generar

motivación para que los colaboradores tengan una visión de trabajo éticamente productiva impulsando el compromiso del trabajo en conjunto.

Por otro lado, Guevara (2006) manifiesta que la comunicación interna es el trabajo que los trabajadores de una entidad manifiestan de manera participativa, motivada e integrada, logrando mejoras productivas en un ambiente de trabajo efectivo. La comunicación interna logra acceder el conocimiento de las actividades entre las distintas áreas fortaleciendo la participación activa del personal en ambientes propicios que ayuden a la mejora del entorno laboral.

La comunicación interna es el conjunto de acciones realizadas por toda organización para la creación y sostenimiento de buenas relaciones entre sus miembros, por medio de diferentes canales de comunicación que los ayuden a estar integrados, informados y motivados para la contribución del trabajo como resultado de los objetivos organizacionales (Nieves, 2006).

Según el estudio realizado por Apoyo Comunicación (2017), en cuanto a los principales riesgos asociados a la gestión del cambio organizacional, de los 161 encuestados, el 36,5% cree que los líderes desconocen su papel como agentes de cambio, y el 29,5% cree que el compromiso y el empleado, por lo que el 18,9% de los empleados se siente poco preparado para afrontar la incertidumbre.

Así mismo, Berceuelo (2011) demuestra que la comunicación interna es una herramienta que permite comunicar los objetivos de cada organización, difundir sus políticas y conformar su identidad en un ambiente de confianza y motivación. También es un elemento que aporta valor o guía para la gestión y adaptación de los empleados.

Entre tanto, la comunicación interna permite a la organización a mantener la comunicación entre sus distintas áreas, lograr la interacción de los objetivos estratégicos, comprender las necesidades de información de los empleados y expresar su opinión a través de canales específicos (Berceruelo, 2011).

Para López (2011) la comunicación interna se gestiona de tres formas: descendente, ascendente y horizontal. Cada una de ellos está sujeto a una razón de ser: toma de decisiones y flujo de información entre unidades organizacionales.

La comunicación descendente implica comunicar una secuencia específica de funciones, tareas, roles, capacitación, entrenamiento, directivas, desarrollo de políticas. Sus principales características vienen determinadas por la naturaleza de la organización que emite las órdenes (López, 2011). La comunicación descendente se irradia a todos los niveles de la organización, independientemente de su estructura organizacional, y su función principal es comunicar la cultura de la organización y la forma de cumplir con sus reglas.

La comunicación ascendente modula el clima organizacional en la organización (López, 2011), por lo que el autor sugiere que la participación de los empleados en la toma de decisiones y en los asuntos propios de la organización es fuertemente resultado de la comunicación ascendente. El acto de comunicación que de allí se desprende debe crear una estructura institucional estable y sostenible que asegure un clima favorable a la organización. La comunicación ascendente debe atravesar la vía de la comunicación descendente.

La comunicación horizontal consta de pilares organizacionales que soportan la estructura interna de la comunicación. Ahí se vive verdaderamente el ambiente en la

organización. Da vida y energía a la empresa (López, 2011). No es suficiente tener una sólida estructura de comunicación de arriba hacia abajo o un amplio compromiso de los empleados que demuestre una sólida comunicación de arriba hacia abajo. La comunicación horizontal igualitaria entre personas, grupos, departamentos y toda la sociedad necesaria en la organización.

Bermúdez (2016) muestra que la comunicación interna es un proceso de interactivo en el que las personas intercambian información. Es la comunicación y transmisión de señales entre dos o más personas utilizando un código común entre emisor y receptor.

La comunicación se remite a la organización que se convierte en un elemento transversal en el que participan todos los miembros.

Así mismo, Castañeda (2018), refiere que la comunicación interna tiene como función la gestión de la información y relaciones a nivel interno de la organización, contribuyendo al fortalecimiento de valores, cultura y clima organizacional, entre ellos da a conocer:

La Gestión de la Información. Procesos y formas de comunicarse, gestionar informaciones y conocimientos de los integrantes de la institución mejorando la eficiencia de procesos de gestión y las relaciones del equipo de trabajo.

La Gestión de Valores. Promover prácticas en comunicación que generan identidad, compromiso y motivación; que logran que las personas compartan su cultura, valores, actitudes, experiencias, incorporando la filosofía de misión y visión institucional alineando al equipo y reforzando la identidad de la institución (Castañeda, 2018).

Por su parte, Ongallo (2007), identificó a la comunicación interna como una importante herramienta de gestión que permite a todos los miembros de la organización incrementar la satisfacción laboral, así mismo, es un instrumento de la organización orientado a varios aspectos:

- Como un medio para aumentar la eficiencia.
- Como medio de comunicación de la cultura organizacional.
- Como una herramienta positiva para la solución de conflictos organizacionales.
- Como parte integral de la estrategia de calidad de la organización.

Según Feaps (2008), la comunicación interna técnicamente es definido como el proceso de transmitir un conjunto de significados a una persona o grupo de personas en forma de información, lo que corresponde a un proceso de bucle continuo. Es un conjunto de pautas para el establecimiento de relaciones entre los componentes de una organización, y busca la cooperación, participación y coordinación de todos los miembros de la unidad. Por tanto, el proceso de comunicación interna es fundamental para que la organización se integre a través de la comunicación horizontal.

La comunicación interna se identifica como el patrón de información compartida entre los miembros de la organización que se produce en las interacciones humanas y dentro de las organizaciones (Kreps, 1995). Enfatiza que debe ser fluido, implacable, motivador y eficiente, pero debe respetar la cultura, la identidad y luchar por la calidad impulsada por el cliente.

Fajardo Valencia y Nivia Flórez (2016) concluyen que la comunicación interna incluye a todos los componentes, desde la dirección general hasta todos los socios, utilizando el clima organizacional adecuado para fortalecer la cultura y la motivación para lograr la máxima optimización de los recursos de acuerdo a la orientación al cliente, enfoque la base de una cultura e identidad orientada a la calidad para las empresas e instituciones.

Según Berceruelo (2014) da a conocer, la comunicación interna es la herramienta que comunica los objetivos de cualquier organización, difunde las políticas y define la identidad de la institución en un ambiente de confianza y motivación, fomentando la introducción de nuevos valores de gestión y la conexión entre empleados y empresa. La alineación de metas permite la coordinación de regiones, facilita la interacción y el logro de metas estratégicas, elimina tensiones y conflictos en las relaciones interpersonales y requiere mayor involucramiento en la organización.

Por su parte, Pinillos (1996), divide la comunicación interna en tres retos: el primer reto de la comunicación interna es involucrar a toda cadena de mando y convertirla en una verdadera herramienta de gestión; el segundo reto establece que la comunicación crea una clara coherencia y finalmente el tercer reto que va de la mano de las nuevas tecnologías utilizadas en la gestión de la información.

La comunicación interna es una herramienta que comunica objetivos a toda la organización, comunica sus políticas y construye la imagen de la empresa en un ambiente de confianza y motivación. También es conocido como agente de cambio porque apoya y facilita la implementación de nuevos valores o lineamientos de gestión y el alineamiento de los empleados con las metas del negocio; así, la comunicación

interna permite a la organización mantener la coordinación entre sus distintos departamentos, fomentando la interacción y la estrategia, el logro de metas y la eliminación de tensiones y conflictos en las relaciones interpersonales (Berceruelo, 2014).

Valencia y Flórez (2016), dan a conocer que la comunicación interna involucra a todos los componentes de la empresa desde la dirección general, pasando por los diferentes niveles, mandos y medios para llegar a todos los empleados, buscando lograr el correcto refuerzo, cultura y fomento del clima organizacional aumentando la motivación y la productividad para optimizar al máximo los recursos de las empresas con el fin de alcanzar la máxima optimización de los recursos de las empresas y organizaciones.

2.2.4. Vínculo

Reyes (2012), señala cómo los lazos pueden fortalecer o profundizar el apego de los asociados a su institución, al sentir que la organización valora y respeta su espacio emocional. Una organización que desarrolla y ofrece una propuesta de valor atractiva a sus socios comerciales, construye conexiones, relaciones y confianza en la organización.

Por otra parte, Pérez y Merino (2010) manifiestan que es la unión, relación o parentesco de una persona u otro objeto.

Bion (1997), utiliza el termino de vínculo como expresión profundo de identificación proyectiva del niño a la madre como el retorno de la madre al niño, describiendo que hay un vínculo emocional profundo desde el inicio de la vida con mutuos aspectos emocionales.

Para Repetur (2005), el vínculo es definido como el vínculo afectivo que una persona o animal crea entre sí en el espacio, que es un sello conductual que busca lograr y mantener la cercanía con un objeto de afecto, que va desde el contacto físico hasta la interacción.

Indicadores de Vínculo.

Relaciones. Dangeolo (2021) conceptualiza a las relaciones como una asociación o conexión entre dos o más personas desde un punto de vista emocional en un contexto político y empresarial, relacionado con las relaciones públicas y las relaciones culturales entre países del mundo. Así mismo se define como una conexión establecida o una conexión que logra una interacción entre dos entidades aplicadas en diferentes campos, y modifica ese concepto según el campo en el que se describe.

Reciprocidad. Se refiere a acciones que motivan a una persona o cosa a transportar, entregar o recibir con limitación (Del Valle, 2020).

Interacción. Se define como objetivo fundamental de la psicología social, la interacción conductual entre individuos en una relación contextual (González, 2017)

Desarrollo Profesional. El proceso de promoción de personas con los conocimientos, habilidades y cualidades para ser más competentes y encajar en un mercado profesional. Es también una filosofía de mejora continua basada en las necesidades personales y la mejora del lugar de trabajo (Unea, 2020).

Gestión del Desempeño. Se define como el uso de información sobre tiempo, costo, capacidad y desempeño de calidad para mejorar el flujo de trabajo. Incluye definiciones clave como desempeño, monitoreo y control operativo, métodos de

medición, simulaciones y soportes que contribuyen a alcanzar las metas de desempeño (Runa, 2017).

Reconocimiento. Es la capacidad cognitiva que nos permite recuperar la información almacenada en la memoria y compararla con la información presentada a los humanos, y la eficiencia, entendida también como la capacidad del cerebro para discernir estímulos previamente percibidos (Cognifit, 2021).

Las Compensaciones. Es una forma de pago que percibe el trabajador tras sus actividades realizadas periódicamente, garantizando que el equipo realice la labor con dedicación y satisfacción, las compensaciones pueden ser de naturaleza económica o emocional (Sesametime, s.f.).

La Formación. Entendido como medio de objetivación y subjetivación en el movimiento dialéctico, se trata de un saber especial que las personas adquieren lateralmente en preparación para el ejercicio profesional, así mismo que como desarrollo personal consiste en tener aprendizajes, hacer descubrimientos y desarrollar capacidades que se tiene (Torres, 2013).

Calidad de Vida. Conceptos alusivos a diferentes niveles del público en general, desde el bienestar social o comunitario con aspectos de carácter individual o grupal, hasta diversos aspectos del ámbito político, filosófico y de la salud. También se define como el estado deseado de bienestar de un individuo, que consta de varias dimensiones principales influidas por factores personales y ambientales (Investigación, 2017).

Beneficios. Corresponden a los beneficios económicos obtenidos por el ejercicio de un tipo de actividad realizada tanto desde el punto de vista empresarial

como económico, medidos restando los ingresos generados por la actividad realizada (Varela, 2019).

Equilibrio de Vida. Es entendido como un estado consciente de acciones y decisiones entre las áreas de la vida en el aspecto físico, emocional, mental y espiritual, garantizando estabilidad y felicidad para un buen camino (Mayo clinic, 2021).

Grupo Humano. Descrito como múltiples individuos con cierto grado de interdependencia, luchando por un objetivo común y creyendo que pueden lograr sus objetivos más rápido si trabajan juntos (Fayol, 2010).

Recreación. Se define como toda la actividad organizada, cuyo propósito es la relajación, entretenimiento y/o diversión de un individuo como medio para el desarrollo humano, satisfaciendo necesidades humanas, generando procesos personales y sociales que tienden a satisfacer necesidades de descanso, de entendimiento, afecto, participación, identidad y libertad (Intergeneracional, s.f.).

Trato Justo. Se define como los principios esenciales y fundamentales del ordenamiento jurídico que el país receptor de la inversión aplica a la inversión extranjera (Cerdeña, 2007).

Respeto. Se entiende como valores que permiten al ser humano reconocer, aceptar, valorar y apreciar sus cualidades y derechos, y el reconocimiento de la autoestima y los derechos individuales en la sociedad en general (Federación de Enseñanza, 2009).

Equidad. Es una condición que promueve la igualdad de oportunidades para que las personas actúen con equidad sobre el principio de igualdad y se integren en la

sociedad en igualdad de condiciones, con respeto y autonomía, incluida la capacidad de responder a sus necesidades y circunstancias individuales (Coomeva, 2020).

1.2.5. Efectividad

Para Reyes (2012), la efectividad es el estandar que exige un determinado comportamiento consistente, alcanzando objetivos estratégicos que define la asociación, es la construcción de sentido y logro.

De igual forma, Cañas (1997) da a conocer que la efectividad tiene que ver con los logros a cumplir, involucrando la eficiencia y eficacia, para lograr los resultados planificados a tiempo a un costo más razonable. En cualquier area de la institución siempre sera factible definir un resultado esperado de actividades laborales de aspecto comercial, intelectual, producción y control expresado como meta, cantidad, variación y/o porcentaje.

Asi mismo, Ferro y Vives (2001), manifiestan que la efectividad es el grado de satisfacción del cliente o paciente, que indica el éxito social y la satisfacción del cliente., es decir la efectividad es un buen resultado dentro de un contexto relacionado con el trabajo o actividad realizada no contemplando la comparación de los efectos.

Por otro lado, para Manene (2013), la eficacia se define como la cuantificación del logro de una meta establecida en términos de la capacidad demostrable de una persona, animal o elemento para obtener un resultado de una acción, la calidad aplicada a los humanos producida por la acción adecuada y los resultados esperados para cada uno.

Por otra parte, Porto y Gardey (2018) señalan que la eficacia es la capacidad de lograr resultados que se plantea obtener relacionando a la eficacia y eficiencia,

aludiendo conseguir lo buscado utilizando los recursos apropiados, dando como método efectivo para el cumplimiento de un mismo objetivo.

La efectividad hace referencia a desarrollar correctamente las cosas conllevando el desempeño adecuado de las tareas en función de los recursos disponibles y los resultados esperados también muestra que la efectividad del trabajador durante la jornada laboral está relacionada con cómo se desarrollan las cosas de manera responsable.

Indicadores de Efectividad.

Misión. La misión es la base de las prioridades, estrategias, planes y tareas de trabajo, lo que representa por qué la organización es integral para dar forma a las metas y estrategias corporativas, y está orientada a largo plazo (Drucker,2000).

Visión. Consiste en una descripción positiva y concisa de lo que la organización desea lograr y lo que cree para llevar a cabo con éxito su misión dentro de un período de tiempo definido, y analiza una gama de factores medibles y convincentes Es un diagrama relacionado con el futuro de una organización con características, aspecto, estratégico, inspirador y tiempo (Gutierrez, 2005).

Objetivos. Los objetivos guían las acciones, muestran cómo procede un proceso y describen el propósito de llevar a cabo un proceso. Es un referente transversal establecido inicialmente como un punto y finalmente establecido cuando se cumplen las expectativas especificadas (Ramírez, 2017).

Metas. Se define como el resultado esperado o imaginado de un sistema, acción o trayectoria, estableciendo metas y procedimientos y traduciéndolos en realidad (Estela, 2017).

Resultados. Es el efecto de una acción, proceso o situación aplicada en diferentes contextos como resultado o fin de la acción, nacen de acciones u operaciones que pueden resultar positivos o negativos, agradables o desagradables aplicándose en diferentes contextos (DeConceptos.com, s.f.).

Proyectos. Recopila, produce y analiza sistemáticamente un conjunto de datos económicos como una evaluación cualitativa y cuantitativa de las fortalezas y debilidades de asignar recursos a una iniciativa particular y un plan de desarrollo para lograrlo (Thompson, 2009).

2.2.6. Orgullo

Para Reyes (2012), Este enfoque está relacionado con la necesidad de hacer algo de valor para servir a la sociedad o traer algún beneficio. La validación es el principio de la comunicación en esta dimensión. Lo importante es que la empresa y sus empleados creen sociedad y sirvan a los clientes.

Para Servián (2017), la psicología define dos tipos de orgullo. Los positivos se llaman autoestima y confianza en uno mismo, son necesarios para llevar una vida equilibrada y segura, y la sensación de seguridad mide nuestra justa medida. Por otro lado, también puede significar excesivo respeto por uno mismo y por los propios logros, por lo que se trata de sentirse superior a los demás, incapacidad para reconocer y corregir los propios defectos.

Así mismo, la Real Academia de la Lengua Española (2020) señala que el orgullo nos informa, es una sensación de satisfacción con los logros, habilidades, méritos o algo en lo que uno se siente comprometido, suele conllevar sentimiento de superioridad como arrogancia, vanidad y exceso de estimación propia.

Indicadores de Orgullo.

Cliente. Se define como una persona o empresa con la que se realiza un comercio, un producto o servicio que necesitan o desean. Es la razón de ser de toda transacción y el valor clave que tienen los clientes en todos los que trabajan en una organización, responder a solicitudes, necesidades o quejas (Thompson, 2009)

Comunidad. Es un grupo en constante cambio y desarrollo que crea un sentido de pertenencia e identidad social en sus interacciones, dando a sus miembros un sentido de identidad grupal y potenciando su potencial social como unidad. Asimismo, significa los escenarios en los que se desarrolla la vida cotidiana de las personas y se desarrolla la salud y la enfermedad como resultado de una determinada calidad de vida (Montero, 2004).

Sociedad. Conjunto de seres humanos unidos moralmente, materialmente, espiritualmente y culturalmente en búsqueda de satisfacciones comunes a las necesidades con beneficios a aspiraciones semejantes (Maria, 2003).

2.2.7. Identidad

Para Reyes (2012), la identidad se refiere a la necesidad de sentirse parte de un grupo de humanos con características únicas y especiales, la necesidad de ser parte de un grupo único y especial, la necesidad de ser reconocido como miembro de una élite y las creencias.

Por otro lado, para Rodríguez (1989) la identidad es el significado que los individuos otorgan a sus acciones, percepciones, motivos e intenciones en ese lugar y tiempo, sellado con un ritual de afirmación que afirma y unifica las nociones que cada

ser humano tiene de sí mismo y sus cualidades ideológicas. de fuerza para Un sistema de ideas que proporciona una imagen convincente del mundo.

Laing (1961) define la identidad como un fenómeno subjetivo de elaboración personal, simbólicamente construido en interacción con otros, y define la identidad como diferentes grupos socioculturales vistos como compartiendo características comunes, también se asocia con un sentido de pertenencia.

Así mismo, Valdez, Huerta y Vergara (2012) consideran la identidad como el motor que impulsa a las personas a la acción, la emoción significa saber quiénes somos y ser felices con ello, y nuestras normas y valores son los que los sustentan, una regla útil. En otras palabras, la identidad actúa como un elemento coherente. Esto inculca un sentido de pertenencia en los principales procesos que construyen el sujeto y la sociedad.

Indicadores de Identidad.

Valores. Definido como una realidad humanizada con implicaciones positivas para los humanos, es estratégico, incluyendo la identidad, misión y visión organizacionales, y dentro de las esferas tácticas es ético, práctico y de desarrollo (Pérez, s.f.).

Cultura Organizacional. Conjunto de valores comunes que engloba diversos aspectos como: comportamientos, hábitos, tradiciones, códigos y creencias de una organización que son transmitidos a las nuevas generaciones como fundamentos de vida que se sustenta en la comunicación (Tejada, 2012).

2.3. Definición de Términos

Percepción

Los procesos cognitivos de la conciencia, que consisten en el reconocimiento, interpretación y significado de las sensaciones derivadas del medio físico y social, intervenido por otros procesos psicológicos como el aprendizaje, la memoria y la simbolización (Vargas, 1994).

Estrategia de Comunicación

Camino diseñado en la planificación de las organizaciones para lograr de la manera más pertinente y eficaz posible los objetivos y las metas previamente propuestos por la misma. (Escuela de Negocios, 2021).

Táctica

A diferencia de la estrategia, la táctica es el medio, la herramienta o la operativa que respondiendo a la estrategia previa permite alcanzar esos objetivos.

Reunión de Equipo

Definido como la agrupación de un número determinado de personas que durante un tiempo programado intercambian opiniones e ideas bajo la dirección de una persona con el propósito de alcanzar un objetivo común (Pérez, 2016).

Reuniones online

Una sala de conferencias digital donde dos o más personas conversan sobre un tema específico abarcando un amplio conjunto de actividades realizadas a través de plataformas de videoconferencia (Bercheruelo, 2014).

Boletines Informativos

Medio para anunciar a participantes sobre planes o estrategias de permutación, en búsqueda de acontecimientos modales de trabajo con resultados de eficacia, variando según la necesidad y de entrega personalizada (Guevara, 2006).

Intranet

Un medio para conectar al personal de una institución utilizando tecnología de la información como Internet. Ayuda a crear, intercambiar y transferir información de forma rápida, eficiente y en tiempo real (Guevara, 2006).

Periódico mural

Medios que utilizan una variedad de temas que se enfocan en aspectos específicos que promueven la colaboración, la comunicación, el liderazgo y el trabajo en equipo (Valencia, 2013).

Memorandos

Documentos simplificados de carácter interno que circulan de manera ágil, práctica, concisa y directa en instituciones dependientes del estado o del sector privado (Lakers, 2014).

Canales de Comunicación

Herramientas utilizados por las instituciones o empresas para establecer una relación con el público y comunicarse con ello, fortalecer el marketing de relaciones y proporcionando reconocimiento (Santos, 2019).

Motivación

Un estado interno que activa, dirige y sostiene el comportamiento de una persona hacia una meta o propósito particular. Este es un impulso que impulsa a una persona a una determinada acción (Gómez, 2013).

Desempeño Laboral

El desempeño laboral que realiza un trabajador cuando desempeña las principales funciones y tareas requeridas para su puesto en el contexto del trabajo (Ecured, 2005).

Clima Organizacional

El entorno en el que las personas realizan su trabajo diario. Es el trato que los superiores puedan tener hacia sus subordinados como factor diferenciador en su relación con los empleados de la empresa, lo que influye en el comportamiento de quienes la integran (Peralta, 2020).

Feedback

El proceso mediante el cual se intercambian datos, información, hipótesis o teorías entre dos personas. Es decir, se aplica a situaciones sociales, científicas, biológicas y tecnológicas (Bembibre, 2010).

Correo Electrónico

Un medio por el cual las organizaciones pueden enviar mensajes y comunicaciones urgentes de manera rápida y sencilla, al mismo tiempo que reducen significativamente los costos (Feaps, 2008).

CAPÍTULO III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Descripción del Trabajo de Campo

El trabajo de investigación se inició en el mes de junio del 2021. Primeramente, se inició con el planteamiento del problema y los objetivos. Se debe añadir que el autor de la investigación viene laborando casi cuatro años en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca de la provincia de Yungay y como trabajador de esta institución fue posible desarrollar sin dificultad el trabajo de campo desde la fase de observación que fue necesaria para el planteamiento del problema. En el proceso de estudio se observó la situación actual de la comunicación interna que existe entre los trabajadores y funcionarios centrando la investigación en la percepción de la comunicación interna.

Para profundizar la inmersión en el problema de estudio se dispusieron acercamientos a los responsables de comunicación, Recursos Humanos y la delegada titular del comité de trabajadores de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca (DETRAMUN).

En otra etapa de la investigación y tras el diseño del instrumento, se procedió a asegurar su repetibilidad y confiabilidad mediante la aplicación de una prueba piloto a una población de similares características a las de unidad de análisis de esta investigación. Luego del respectivo procesamiento estadístico se determinó que el instrumento de recolección de datos, con sus respectivas dimensiones, indicadores e ítems era confiable para emplear durante la investigación.

Una vez aprobado el proyecto de tesis para su ejecución correspondiente, se procedió a realizar el trabajo de campo con la aplicación de una encuesta de 51 ítems

a 23 trabajadores de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca en un periodo de dos semanas, de manera presencial (3) y virtualmente (20) debido al contexto del trabajo remoto. La encuesta fue anónima y contó con la aceptación de los participantes. El seguimiento a la aplicación de la encuesta virtual se hizo fuera del horario de trabajo y a través de un tercero -un colaborador para el estudio ajeno a la institución-, a fin de evitar sesgos en el recojo de datos.

El acceso a los trabajadores de la institución fue posible después de coordinar con los responsables de las áreas de Recursos Humanos y alta dirección, quienes fueron informados sobre la realización del estudio.

Una vez aplicados los instrumentos de evaluación, se procesó la información a través del análisis de frecuencia y porcentajes por tratarse de una sola variable, graficando los resultados y desarrollando su interpretación y discusión para luego formular las conclusiones y recomendaciones.

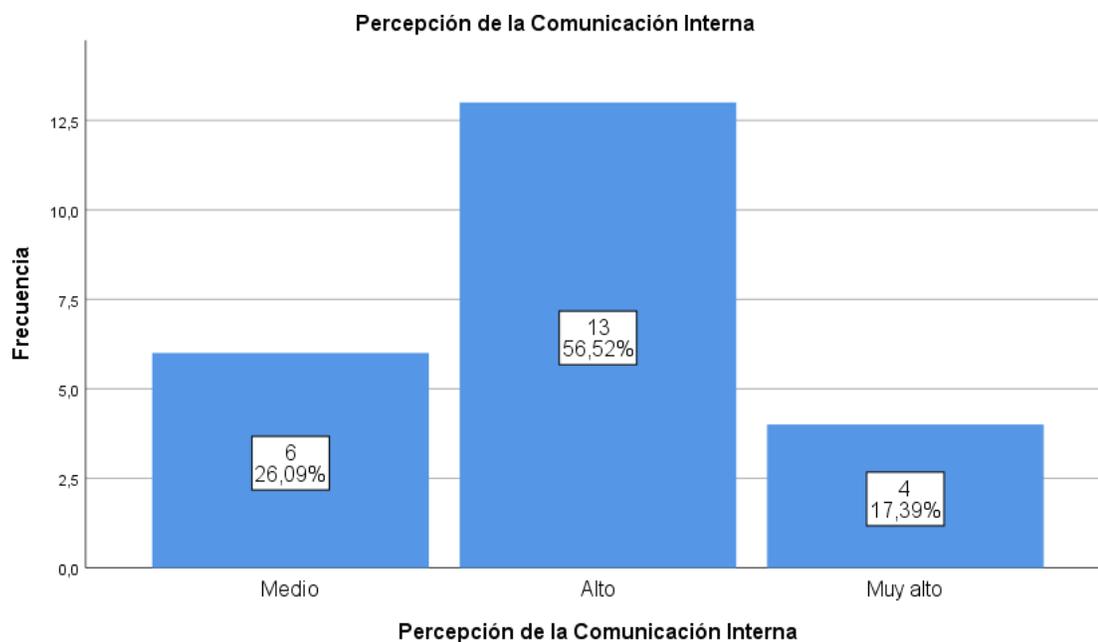
3.2. Presentación de Resultados

Los resultados son expresados en figuras, para poder señalar de manera específica las características de la percepción de la comunicación interna de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca.

3.2.1. Resultados en Función al Objetivo General

Figura 1

Resultados globales de la variable



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 1, los resultados son los siguientes: nivel medio, 26,09% (6 casos); nivel alto, 56,52% (13 casos) y nivel muy alto, 17,39% (4 casos).

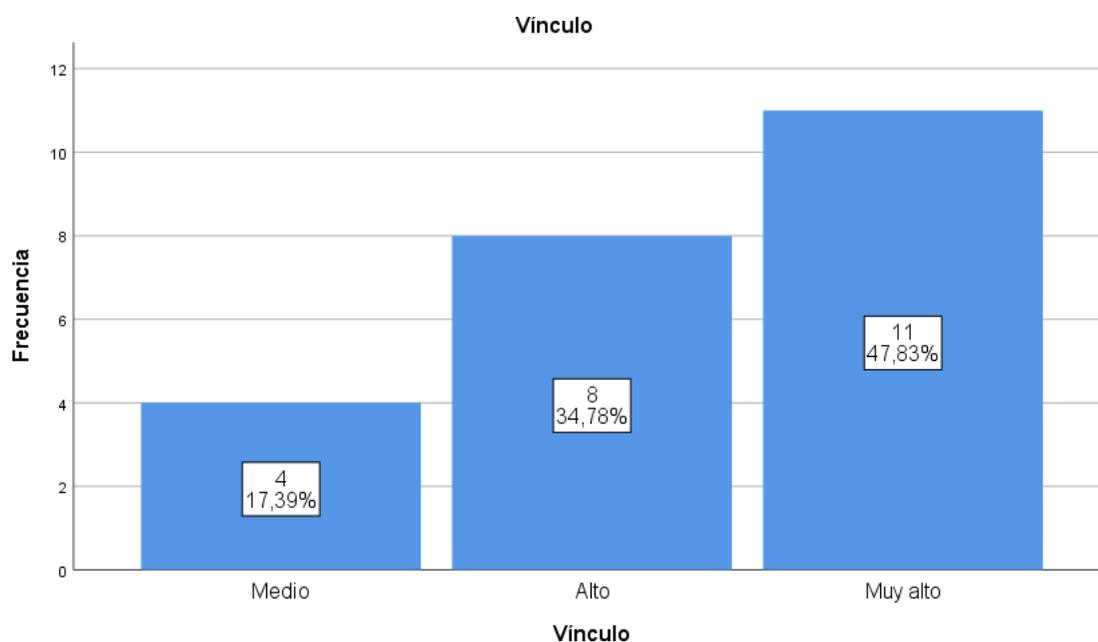
La figura toma en cuenta la sumatoria de los resultados obtenidos en las dimensiones del *vínculo*, que significa espacio emocional que profundiza el afecto que los colaboradores sienten hacia la institución. Igualmente, considera la *efectividad*, que implica cumplir los logros que se plantea obtener. Asimismo, el *orgullo*, que se relaciona con la necesidad de hacer algo valioso por la sociedad. Finalmente, la *identidad*, que concierne a la necesidad de sentirse parte de un grupo humano. La percepción de la comunicación interna alcanza, de esta manera, un nivel alto y muy

alto: 73,91%; mientras que el nivel medio se estima en 26,09% y el nivel bajo aparece en 0%. Se percibe; por consiguiente, una valoración positiva de la variable de estudio; en particular, aspectos como las relaciones laborales dentro de la entidad, la reciprocidad entre sus integrantes, la orientación al desarrollo profesional, la gestión del desempeño, el reconocimiento, las compensaciones, la formación que ayuda al crecimiento del trabajador, entre otros.

3.2.2. Resultados en Función al Objetivo Específico 1

Figura 2

Resultados globales de la dimensión 1



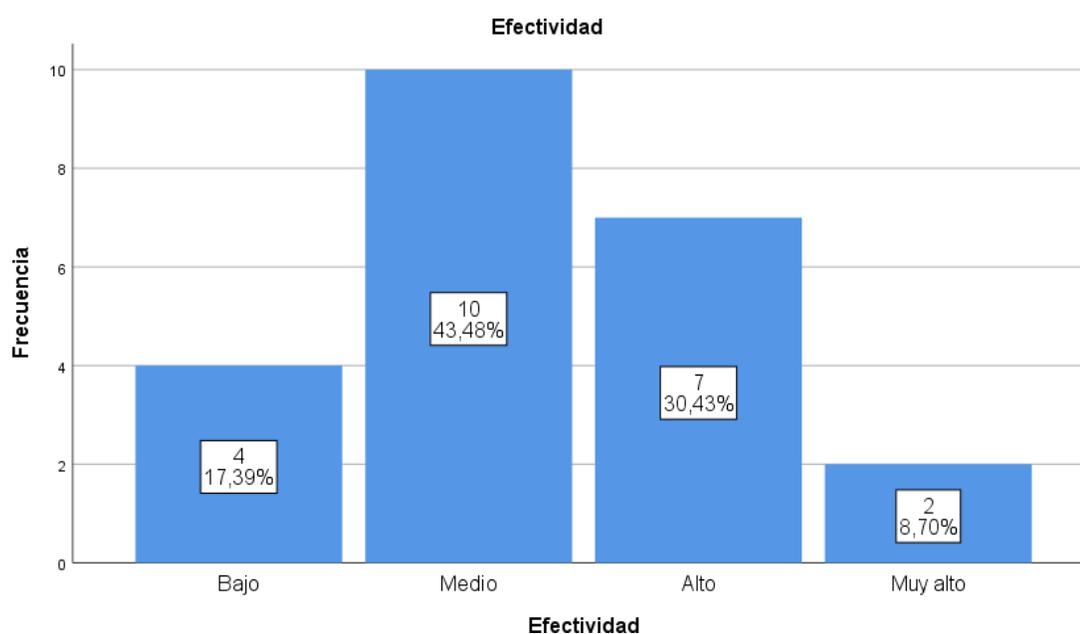
Interpretación: como puede apreciarse en la figura 2, los resultados son los siguientes: nivel medio, 17.39% (4 casos), nivel alto, 34.78% (8 casos) y nivel muy alto, 47.83% (11 casos).

El valor más alto en el gráfico muestra que el 47,83% está de acuerdo con que la comunicación interna implementada en la municipalidad contribuye a generar afecto de los colaboradores por su institución. Las acciones de comunicación interna orientadas a generar vínculo incluyen las relaciones laborales dentro de la entidad, la reciprocidad entre sus integrantes, la orientación al desarrollo profesional, la gestión del desempeño, el reconocimiento, las compensaciones, la formación que ayuda al crecimiento del trabajador, entre otros aspectos. El resultado en esta dimensión es elevado, pues si se suman los valores positivos *alto* y *muy alto* alcanza el 82.61%; mientras que el nivel medio se estima en 17.39%.

3.2.3. Resultados en función al Objetivo Específico 2

Figura 3

Resultados globales de la dimensión 2



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 3, los resultados son los siguientes: nivel bajo, 17.39% (4 casos), nivel medio, 43.48% (10 casos), nivel alto, 30.43% (7 casos) y nivel muy alto, 8.70% (2 casos).

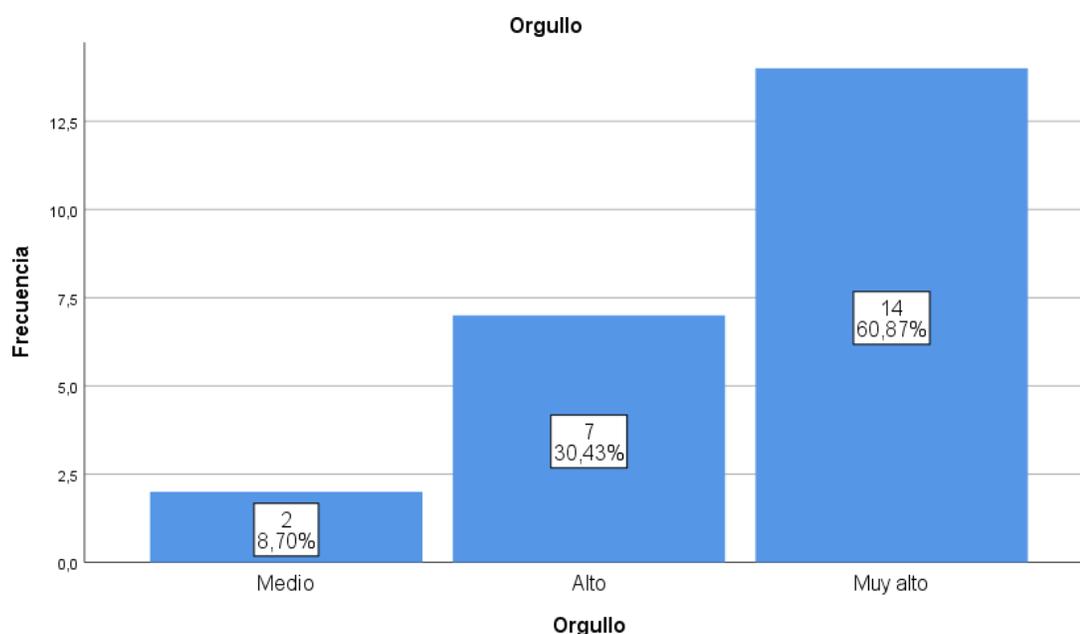
El valor más alto del gráfico muestra que el 43.48% considera que la comunicación interna implementada en la municipalidad no contribuye a generar el cumplimiento de logros de los colaboradores por su institución. Las labores de comunicación interna encaminadas a generar efectividad incluyen la misión, visión institucional, objetivos, metas, resultados y proyectos.

El resultado en esta dimensión alcanza, de esta manera, un nivel medio y bajo 60.87%; mientras que el nivel alto y muy alto es 39.13%.

3.2.4. Resultados en Función al Objetivo Específico 3

Figura 4

Resultados globales de la dimensión 3



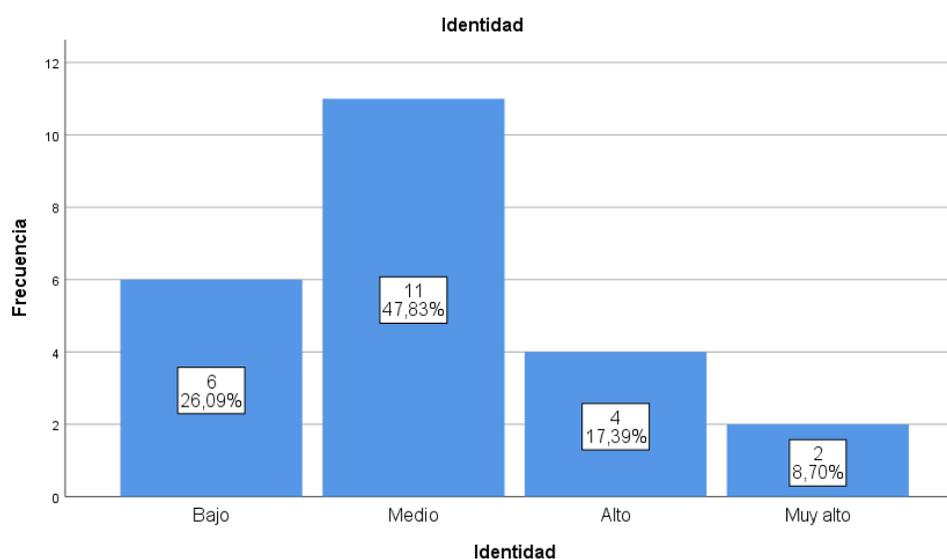
Interpretación: como puede apreciarse en la figura 4, los resultados son los siguientes: nivel medio, 8.70% (2 casos); nivel alto, 30.43% (7 casos) y nivel muy alto, 60.87% (14 casos).

El valor más alto en el gráfico muestra que el 60.87% está de acuerdo con que la comunicación interna implementada en la municipalidad contribuye a generar autoestima y autoconfianza de los colaboradores por su institución. Las acciones de comunicación interna orientadas a generar orgullo incluyendo al cliente, comunidad y sociedad. Los términos en esta dimensión alcanzan un nivel alto y muy alto 91.3%; entre tanto el nivel medio 8.7% y el nivel bajo 0%.

3.2.5. Resultados en Función al Objetivo Específico 4

Figura 5

Resultados globales de la dimensión 4



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 5, los resultados son los siguientes: nivel bajo, 26.09% (6 casos), nivel medio, 47.83% (11 casos), nivel alto, 17.39% (4 casos) y nivel muy alto, 8.70% (2 casos).

El valor más alto en el gráfico muestra que el 47.83% está por debajo de la línea satisfactoria, lo que permite afirmar que se encuentra en desacuerdo con que la comunicación interna implementada en la municipalidad contribuye a generar sentido de pertenencia de los colaboradores por su institución. Las acciones de comunicación interna orientadas a generar identidad incluyen los valores y la cultura organizacional. Los términos en esta dimensión en los que se expresan los encuestados en torno a esta temática alcanzan un nivel medio y bajo 73.92%; entre tanto que en el nivel alto y muy alto muestran un porcentaje de 26.09%.

3.3. Discusión de Resultados

Luego de los resultados obtenidos en el análisis del cuadro estadístico en la presente investigación teniendo como objetivo principal describir la percepción de la comunicación interna en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca se procede a la discusión de resultados.

Para ello se ha planteado como primer objetivo específico en cuanto a la descripción de la percepción del vínculo que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca ha arrojado resultados positivos con respecto a las relaciones laborales dentro de la entidad: 82.61%. Esto implica la orientación al desarrollo profesional, la gestión del desempeño, la reciprocidad entre sus integrantes, el reconocimiento, las compensaciones, la formación que ayuda al crecimiento del

trabajador, la calidad de vida, los beneficios que se recibe, el trato justo que se le brinda al trabajador, entre otros aspectos.

Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Carhuamaca (2019) en su investigación titulada *Percepción de la Comunicación Interna en las Municipalidades de Sapallanga y Pucará*. En cuanto a la dimensión descendente de la comunicación interna en las municipalidades de Sapallanga y Pucará, el investigador la encontró en un nivel muy bueno, donde más del 70% de trabajadores evaluados de ambas municipalidades respaldaba las iniciativas de comunicación. Dicho estudio detalla que la comunicación que mantienen los superiores con sus subordinados es clara, precisa, la información es oportuna, el trato justo y los canales son los adecuados. También es importante recalcar que la comunicación encaminada al público interno que surge a partir de producir un entorno productivo, armonioso y participativo como uno de los principales ejes; es decir, como lo señala Brandolin & Gonzáles (2008), a generar motivación para que el personal se enfoque en el trabajo de acuerdo a los objetivos éticos y productivos.

Por otra parte, el primer resultado específico está relacionado con la importancia del *vínculo*, pues fortifica el afecto que los colaboradores sienten hacia su institución: sentir que la institución los valora y respeta (Reyes 2012). Al respecto, Repetur (2005) considera que el vínculo es importante porque representa un sello conductual de conseguir y mantener proximidad de interacción en las instituciones.

Otro de los puntos analizados en esta investigación y como segundo objetivo específico se centra en la descripción de la percepción de la *efectividad* que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca. Según los resultados

obtenidos los servidores en su mayoría no están satisfechos con las acciones de comunicación respecto a la efectividad: 60.87% . Algunos factores que se encuentra en este rubro son las políticas de gestión que enmarca la misión, visión, objetivos, metas, resultados y proyectos de la institución.

Este resultado difiere de la investigación realizada por Infazón (2017), en su tesis titulada *Percepción sobre la comunicación interna en la Empresa Minera G y M Madre de Dios – Huepetue*” que describe la percepción de la comunicación interna descendente. En particular, su resultado se refiere a las políticas de gestión donde de los 44 encuestados la mayor parte lo considera positivo representado por un 45% que valoran la comunicación interna sobre las políticas de gestión en la empresa minera G y M, pues señala que los directivos de turno comunican a sus trabajadores las políticas de gestión en cuanto a la misión, visión, objetivos, resultados y proyectos. Una razón que diferencia la investigación de Infazón con el presente estudio es la unidad de análisis. En el primer caso se centra en una empresa privada, mientras que en el segundo se trata de una institución pública.

Según Reyes (2012), la importancia de la efectividad radica en los objetivos estratégicos que define la compañía en la construcción del sentido y logro. Conforme se estableció en el marco teórico de este estudio y según lo que explica Cañas (1997), la efectividad son los logros a cumplir involucrando la eficiencia y eficacia.

De la misma manera como tercer objetivo específico se analizó la descripción de la percepción del *orgullo* que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca. En esta materia, la presente investigación ha arrojado

resultados positivos en lo concerniente a enfocarse en las necesidades del cliente, la comunidad y la sociedad: 91.3%.

Estos resultados coinciden con la investigación de Fernadez (2007), donde se aprecia como la comunicación interna puede llegar a ser el medio por el que la cultura corporativa se constituya en los procedimientos de la gestión de calidad que permita obtener clientes satisfechos con su servicio si olvidar la integración adecuada del personal.

Reyes (2012), considera que el orgullo es importante porque se relaciona con la necesidad de hacer algo valioso por la sociedad, siendo la interacción que la compañía y los colaboradores establecen con la sociedad y los clientes.

Finalmente, como cuarto objetivo específico se analizó la descripción de la percepción de la *identidad* que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca. Según la percepción de los trabajadores encuestados se determinó que estos no consideran satisfactorios los trabajos realizados con respecto a los indicadores de valores y cultura organizacional: 73.92%. Los datos analizados se asemejan a la investigación de Mena & García (2017), quienes señalan que al medir si los integrantes de la I.E. N°86505 Oscar Nicolás Torres Velásquez, Santa Cruz, Huaylas 2017, practican valores y cooperan para un clima laboral adecuado; se concluyó que un 35.7% de los docentes y administrativos encuestados nunca practican los valores institucionales, lo que refleja que en la institución existe divisionismo. Por otra parte, Castillo (2020) en su investigación *Influencia de la comunicación interna en cuanto a los niveles de identidad corporativa de los trabajadores administrativos de la red asistencial Ancash de EsSalud, Chimbote - 2019*, publican que el índice más

alto está al nivel del 61.6% , lo cual señala que no hay una buena identidad corporativa. Coincidentemente, todas estas investigaciones al igual que la presente, se desarrollan en instituciones del sector público.

Dentro del contexto como lo señala Berceruelo (2011), la comunicación interna es una herramienta principal que permite transmitir objetivos a toda la organización, difundir sus políticas y construir una identidad de la institución en un clima de confianza y de motivación. Por su parte, Reyes (2012), señala la importancia de la identidad relacionada con la necesidad de sentirse parte de un grupo humano para ser reconocidos como miembro de una élite. Valdez, Huerta & Vergara (2012), por su parte, consideran a la identidad como el motor que impulsa al hombre a actuar, sentir es el saber quién somos y el estar a gusto con ello, donde las normas y valores son las reglas que ayudan a obtener mayor identidad.

Finalmente, los resultados generales analizados en cuanto a la percepción de la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca, muestran resultados positivos respecto a las dimensiones del vínculo y orgullo que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca, Yungay 2021: 73.91%.

Los resultados analizados difieren con muchas investigaciones, entre ellas la de Salas & Salas (2019), donde se muestra deducciones negativas en cuanto a la percepción de la comunicación interna en la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte 2019. Una probable razón puede encontrarse en que la comunicación en general y la comunicación interna en particular no tuvieron impulso durante muchos años en las municipalidades distritales del interior de la región Ancash. No obstante, recién las últimas gestiones ediles han permitido la participación de profesionales de

carrera en sus áreas de imagen institucional. De esta manera, pasar de no percibir ningún tipo de trabajo comunicacional en la organización, a ver la aplicación de iniciativas comunicacionales elaboradas o incluso incipientes, puede generar la sensación de avances entre los trabajadores de la comuna.



CONCLUSIONES

Los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca perciben de manera positiva la comunicación interna desarrollada dentro de su organización. Este resultado queda evidenciado en el 73.91% que otorga respuestas favorables sobre las acciones implementadas en este tópico y que se orientan a contribuir en el vínculo de los trabajadores con la institución y al orgullo.

Los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca perciben como positiva la contribución de las acciones de comunicación interna al *vínculo* con la institución. Esta afirmación se respalda en el 82.61% que valora como positivo el trabajo en cuanto a las relaciones laborales dentro de la entidad, la reciprocidad entre sus integrantes, la orientación al desarrollo profesional, la gestión del desempeño, el reconocimiento, las compensaciones, la formación que ayuda al crecimiento del trabajador, la calidad de vida, los beneficios, entre otros aspectos relacionados.

La percepción de los trabajadores en cuanto a la contribución de la comunicación interna a la efectividad en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca es insatisfactoria. Este resultado es demostrado por el 60.87% que lo considera por debajo de la línea deseada, particularmente en torno a las políticas de gestión interna: misión, visión, objetivos institucionales y metas.

Los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca perciben como positiva la contribución de la comunicación interna al orgullo con la entidad. Este resultado es afirmado por el 91.3% que lo estima como positivo en cuanto a enfocarse en las necesidades del cliente, la comunidad y la sociedad .

La percepción de los trabajadores en cuanto a la contribución de la comunicación interna a la identidad en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca es insatisfactoria. Este resultado es evidenciado por el 73.92% que lo considera por debajo de la línea ideal en cuanto a las acciones de comunicación interna orientadas a generar identidad que incluyen los valores y la cultura organizacional.

RECOMENDACIONES

La Municipalidad Distrital de Ranrahirca debe fortalecer el área de imagen institucional con el objetivo de potenciar sus fortalezas en comunicación interna, tanto en sus dimensiones como vínculo y orgullo; al mismo tiempo, debe corregir las debilidades identificadas en efectividad e identidad.

Futuras investigaciones sobre la percepción de los trabajadores de las organizaciones deberían considerar la aplicación de instrumentos de recolección de datos como el empleado en este estudio con su correspondiente validez y confiabilidad de manera periódica para evaluar las acciones de comunicación implementadas con su público interno. Más aún cuando se toma en cuenta las organizaciones como las municipalidades, pues su administración cambia con cada elección popular.

Resulta conveniente plantear otras técnicas para ir más allá de la percepción en temas específicos como la misión, visión y valores institucionales, pues en el presente estudio solo se midió la percepción de los trabajadores en cuanto a este tópico, pero puede en algunos contextos puede resultar más importante conocer si estos elementos son practicados o constituyen el derrotero de los servidores en una institución.

Se recomienda la realización de posteriores investigaciones con diseños experimentales o con alcances descriptivos propositivos para contribuir de manera directa a mejorar la actividad comunicacional en la organización.

La Municipalidad Distrital de Ranrahirca debe dar prioridad a las acciones comunicacionales en cuanto a la efectividad; es decir, el comportamiento de los trabajadores orientado a los objetivos institucionales. Igualmente, se debe priorizar

acciones de comunicación en torno al vínculo entre los servidores y la institución. Estas labores deben ser lideradas por las áreas de Imagen Institucional y la Oficina de Recursos Humanos.



REFERENCIAS

- Aguado Terrón, J. M. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=248730>
- Aguirre, G. (2017). *Estrategias de Comunicación Gubernamental (CG) y su incidencia en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Chunchi, período enero – junio de 2016* [tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador].
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/3924>
- Amadeo, B. (2016). *El estudio de la comunicación gubernamental: líneas de investigación y futuros desafíos*. Austral Comunicación.
- Andreu Pinillos, A. (1996). *Comunicación Interna, un paseo por el tiempo*.
https://www.albertoandreu.com/uploads/2011/02/HDBR_ANDREU_ComInternaUnPaseo1.pdf
- Apoyo Comunicación. (2017). *Gestión del Cambio desde la Comunicación Interna*.
https://webapoyo.s3.amazonaws.com/idea/study_files/921e72f37cf87ec4190ce41bd5347b951506552783.pdf
- Aranda, Y. (2019). *Comunicación política de los movimientos políticos regionales en época no electoral Ancash 2017* [tesis de licenciatura, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo].
<https://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/3293>

- Armenio Pérez, M. (2009). La cultura organizacional: algunas reflexiones a la luz de los nuevos retos. *Tecnología en Marcha*, vol. 22, N.º 3, Julio-Setiembre 2009, pp.56-64. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4835835>
- Avanzados. (15 de octubre de 2020). Desarrollo Profesional: Una Guía Para Lograrlo. *UNEA*. <https://www.unea.edu.mx/blog/index.php/desarrollo-profesional/>
- Bastidas, N. (2016). *Comunicación estratégica para organizaciones políticas: ¿Cómo se comunican los partidos en época no electoral?* [tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú].
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/7115>
- Bembibre, C. (julio de 2010). Definición de Feedback. *Definición ABC*.
<https://www.definicionabc.com/general/feedback.php>
- Berceruelo, B. (2011). *Comunicación interna en la Empresa: claves y desafíos*. EDIPE. <https://www.comunicacioninterna.pe/pdf/pdf1.pdf>
- Berceruelo, B. (2014). *Nueva comunicación interna en la empresa*. EDIPE.
- Berlín, I. (2006). Comunicación gubernamental en los espacios locales. Estudio de caso: el ayuntamiento de Mérida, Yucatán, México, durante el periodo (2001-2004) [tesis doctoral, Universidad de la Laguna, México].
<https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/9593>
- Bermúdez Rus, C. (2016). *La comunicación interna en las organizaciones* [tesis de maestría, Universidad Pontificia Comillas].
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/7425>

Bion, W. (1997). *El psicoanálisis después de Freud, teoría y clínica* [archivo PDF].

<https://espaciopsicopatologico.files.wordpress.com/2019/04/fasciculo-v-wilfred-r.-bion.pdf>

Brandolín, A., & Gonzáles Frígoli, M. (2009). *¿Qué es la Comunicación Interna?*

CEUPE Magazine. <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-comunicacion-interna.html>

Calhua Aviles, G. M., & Rosales Castillo, M. (2018). *La comunicación interna y su relación con el clima organizacional de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Huántar – Huari* [tesis de licenciatura, Universidad Santiago Antúnez de Mayolo].

<http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/3560>

Canel, M. J., & Sanders, K. (2010). Para estudiar la comunicación de los gobiernos. un análisis del estado de la cuestión. *Comunicación y Sociedad*, Vol. 23, N.º

1, 2010, págs. 7-48. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/16146>

Carchi, E. M. (2018). *Diagnóstico de la comunicación interna del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Girón* [tesis de licenciatura, Universidad de Cuenca].

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/31587>

Cárdenas Hoyos, M. k. (2019). *Comunicación interna, una mirada desde las organizaciones comunitarias: análisis de caso Asociación Agropecuaria “Santa Teresita” cantón Guachapala periodo septiembre-enero 2018* [tesis de licenciatura, Universidad de Cuenca, Ecuador].

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/32565>



- Carhuamaca Cristóbal, H., & Meza Días, R. O. (2019). *Percepción de la comunicación interna en las municipalidades de Sapallanga y Pucará* [tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Centro del Perú].
<http://hdl.handle.net/20.500.12894/6583>
- Castañeda, M. (2018). Guía para la gestión de la comunicación en las instituciones. *Cooeeci*. <https://cooeeci.org.pe/guia-la-gestion-la-comunicacion-la-instituciones/>
- Castillo Lazo, E. (2020). *Influencia de la comunicación interna en la identidad corporativa en trabajadores administrativos de la red Asistencial Ancash de EsSalud, Chimbote, 2019* [tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo].
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/43172>
- Centro Intergeneracional. (s.f.). La Recreación [archivo PDF].
<https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/2752/58/p22.pdf>
- Cerda Olivos, C. (2007). *Trato justo y equitativo en materia de inversión extranjera: relación con los tratados de libre comercio y convenios sobre protección y promoción de inversiones suscritos por Chile: análisis jurisprudencial* [archivo PDF]. <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/112476>
- Cognifit. (2021). *Reconocimiento*. <https://www.cognifit.com/es/habilidad-cognitiva/reconocimiento>
- Coomeva. (2020). *Equidad*.
https://www.coomeva.com.co/en_equidad/publicaciones/168350/sabes-reconocer-la-equidad/

- Del Valle, F. (2020). *Estrategias de comunicación gubernamental de la municipalidad distrital de ATE, a través de los medios digitales en el año 2019* [tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola].
<http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/10428>
- Diario Oficial El Peruano. (2003). *Normas Legales*.
<https://diariooficial.elperuano.pe/normas/normasactualizadas>
- Díaz, A., & Leguía, J. (2014). *Gestión de la comunicación de políticas públicas en gobiernos locales: estudio de caso de la política pública de seguridad ciudadana "Miraflores 360°" de la municipalidad distrital de Miraflores en el período 2011-2014* [tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/6373>
- Ecured. (2005). *Desempeño Laboral*.
https://www.ecured.cu/Desempe%C3%B1o_laboral
- Fajardo Valencia, G., & Nivia Flórez, A. (2016). *Relaciones públicas y comunicación organizacional: ejes de la comunicación: guía de conceptos y saberes*.
 Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/node/publication/field_attached_file/pdf_relac_publ_y_com_completo_04-27-16_copia.pdf
- Fayol, H. (2010). ¿Qué es un grupo humano? *RRHH 123*.
<https://rrhh123.wordpress.com/2010/02/09/%C2%BFque-es-un-grupo-humano/>
- Federación de Enseñanza. (2009). *El Respeto. Temas para la educación*.
<https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd6306.pdf>

Ferro García, R., & Vives Montero, C. (2001). Un análisis de los conceptos de efectividad,

eficacia y eficiencia en psicología. *Traducción y Terminología*.

https://www.tremedica.org/wp-content/uploads/n16_tradyterm_FerroG-VivesM.pdf

Gavidia Luna, J. J., & Gómez López, M. Á. (2017). *Diagnóstico de la comunicación interna en el personal administrativo de la Municipalidad Distrital del Santa* [tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Santa].

<http://repositorio.uns.edu.pe/handle/UNS/3086>

Gómez García, E. (18 de octubre de 2013). Noticias de Alma, corazón y vida. *El*

Confidencial. <https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2013-10-18>

Gonzáles Monteagudo, C. (2017). La interacción en el camino hacia una comunicología. *ARCIC*, vol.6 no.13 La Habana may.-ago. 2017.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2411-99702017000200007

Guevara Soto, L. (2006). *Comunicación Estratégica para las Organizaciones*.

CIESPAL, Encuentros 15.

<http://openbiblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49489.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación:*

Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill.

- Infazón Mamani, G. (2017). *Percepción sobre la comunicación interna en la Empresa Minera G&M Madre de Dios – Huepetue* [tesis de licenciatura, Universidad Peruana Unión].
<http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/919>
- INCMNSZ. (28 de diciembre de 2017). *¿Qué es la calidad de vida?*
<https://www.incmnsz.mx/opencms/contenido/investigacion/comiteEtica/calidadVida.html>
- Kreps, G. (1995). *La comunicación en las Organizaciones*. Addison-Wesley Iberoamericana. <https://catalogo.uces.edu.ar/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=24>
- León Alvarado, A. G., & Mejía Guailas, S. S. (2011). *Propuesta de comunicación interna para el departamento de relaciones públicas de la I. Municipalidad de Cuenca* [tesis de licenciatura, Universidad de Cuenca, Ecuador].
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1800>
- Loren Altagracia, M. (2012). *La Cultura Organizacional. Escuela de Organización Industrial*. <https://www.eoi.es/blogs/lorenaltagraciamarcos/2012/02/27/la-cultura-organizacional/>
- Luhmann, N. (2010). La teoría de sistemas de Niklas Luhmann. *Revista internacional de Filosofía*, vol. 15 (2010).
<https://revistas.uma.es/index.php/contrastes/article/view/1341>
- Malca, J. (2017). *Modelo integral de comunicación política gubernamental para efectivizar la Gestión Municipal en el norte del Perú* [tesis de licenciatura,

Universidad César Vallejo].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/18849>

Manene Cerrageria, L. M. (2013). Eficacia, Eficiencia y Efectividad en el Desempeño del Trabajo. *Actualidad Empresarial*. <http://actualidadempresa.com/eficacia-eficiencia-y-efectividad-en-el-desempeno-del-trabajo/>

Massoni, S. (2013). Estrategias de comunicación: un modelo de abordaje de la dimensión comunicacional para el desarrollo sostenible entendido como cambio social conversacional. *Temas y Debates*, (8).

<https://doi.org/10.35305/tyd.v0i8.179>

Mejía Cañas, C. A. (1997). Indicadores de efectividad y eficacia. *Planning Consultores Gerenciales*.

http://www.planning.com.co/bd/valor_agregado/Octubre1998.pdf

Mena Segura, P. J., & García Méndez, M. Y. (2017). La comunicación interna y su incidencia con el clima organizacional en la Institución Educativa N°86505 Oscar Nicolás Torres Velásquez, Santa Cruz, Huaylas Ancash, Perú [tesis de licenciatura, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo].

<http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/2354>

Montero, M. (2004). *Conceptos de Psicología Comunitaria* [archivo PDF].

https://psico.edu.uy/sites/default/files/cursos/tac_teorico2-2011_conceptos%20clave-de-%20la-ps-s-comunitaria.pdf

Montes Pérez, M. E. (2019). *Comunicación interna y productividad laboral en los trabajadores de la municipalidad distrital de Sachaca, Arequipa 2019* [tesis

de licenciatura, Universidad Nacional San Agustín].

<http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10556>

Morocho Carchi, E. M. (2018). *Diagnóstico de la comunicación interna del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Girón* [tesis de licenciatura, Universidad de Cuenca, Ecuador].

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/31587>

Muñoz, I. (2017). *Análisis de la comunicación gubernamental en el municipio de Tecali de Herrera, Puebla: 2013-2017* [tesis de maestría, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México].

<https://repositorioinstitucional.buap.mx/handle/20.500.12371/186>

Olivera, E. (2018). *Relación de la comunicación gubernamental interna del Municipio del Agustino y el liderazgo organizacional* [tesis de licenciatura, Universidad San Martín de Porres].

<http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4743>

Ongallo, C. (2007). *Manual de Comunicación*. Editorial Dykinson S.L.

<https://www.comunicacioninterna.pe/pdf/pdf5.pdf>

Peralta, R. (26 de noviembre de 2020). El Clima Organizacional. *Gestiopolis*.

<https://www.gestiopolis.com/el-clima-organizacional/>

Pérez, S. (21 de agosto de 2013). Comunicación interna es indispensable en empresas. *La República*. [https://larepublica.pe/sociedad/733331-](https://larepublica.pe/sociedad/733331-comunicacion-interna-es-indispensable-en-empresas/)

[comunicacion-interna-es-indispensable-en-empresas/](https://larepublica.pe/sociedad/733331-comunicacion-interna-es-indispensable-en-empresas/)

Pérez Gregorio, M. G. (2016). Las Reuniones de Trabajo. *Publicaciones Didácticas*.

<https://core.ac.uk/download/pdf/235858528.pdf>



Pérez Porto, J. P., & Gardey, A. (2018). Efectividad. *Definición. De.*

<https://definicion.de/efectividad/>

Pérez Porto, J., & Merino, M. (2010). Vínculo. *Definición. De.*

<https://definicion.de/vinculo/>

Pérez, C. (16 de octubre de 2019). La política como pedagogía. *El Nacional.*

<https://www.elnacional.com/opinion/la-politica-como-pedagogia/>

Quiroz Chávez, J. (2015). *Percepción sobre la comunicación interna en la cooperativa minera Cerro San Francisco responsabilidad limitada* [tesis de licenciatura, Universidad Peruana Unión].

<http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/573>

RAE. (2020). Orgullo. *Real Academia de la Lengua Española.*

<https://dle.rae.es/orgullo>

Ramírez Gonzáles, A. (2017). *Introducción a la Teoría de la Argumentación.*

Editorial Universidad de Guadalajara. [https://editorial.udg.mx/gpd-](https://editorial.udg.mx/gpd-introduccion-a-la-teoria-de-la-argumentacion-7ab1d6919524e8e6472fe2430028d0c2.html)

[introduccion-a-la-teoria-de-la-argumentacion-](https://editorial.udg.mx/gpd-introduccion-a-la-teoria-de-la-argumentacion-7ab1d6919524e8e6472fe2430028d0c2.html)

[7ab1d6919524e8e6472fe2430028d0c2.html](https://editorial.udg.mx/gpd-introduccion-a-la-teoria-de-la-argumentacion-7ab1d6919524e8e6472fe2430028d0c2.html)

Repetur Safrany, K. (2005). Vínculo y desarrollo psicológico: la importancia de las relaciones tempranas. *Repositorio Universitario de la DGTIC.*

<https://www.ru.tic.unam.mx/handle/123456789/991>

Reyes, J. (2019). Las Cuatro Dimensiones de la Comunicación Interna. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (40), 127 a 137.

<https://doi.org/10.18682/cdc.vi40.1446>



Salas Bazalar, C. J., & Salas Bazalar, D. L. (2019). *Percepción de la comunicación interna en trabajadores de la empresa prestadora de servicios aguas de Lima Norte, 2019* [tesis de licenciatura, Universidad José Faustino Sánchez Carrión].

<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/4320/SALAS%20BAZALAR%20y%20%20SALAS%20BAZALAR.pdf?sequence=1>

Saldarriaga Díaz, J. M. (2020). *Comunicación interna y satisfacción laboral en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Macate, 2019* [tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo].

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/48774>

Santos, D. (26 de marzo de 2019). Conoce los canales de comunicación más utilizados para enamorar a tus clientes. *Hotmart/Blog*.

<https://blog.hotmart.com/es/canales-de-comunicacion/>

Sarmiento, L. A. (11 de julio de 2020). El “clic” en la comunicación interna. *La Republica*. <https://www.larepublica.co/analisis/luz-amparo-sarmiento-g-3029702/el-clic-en-la-comunicacion-interna-3029698>

Servián Franco, F. (25 de enero de 2022). El orgullo, ese gran generador de conflictos. *La mente es maravillosa*. <https://lamenteesmaravillosa.com/el-orgullo-ese-gran-generador-de-conflictos/>

Sesame. (s.f.). *Compensación Laboral*.

<https://www.sesametime.com/assets/diccionario/compensacion-laboral/>

Tejada Rubín, Y. (2012). *Cultura organizacional: Herramientas y actividades sugeridas para su diagnóstico y alineación con los objetivos empresariales*

[trabajo final aplicativo de maestría, Universidad Peruana de Ciencias].

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/606882>

Thompson Baldivieso, J. (13 de febrero de 2009). Proyecto. *Todo sobre proyectos*.

<http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/02/que-es-un-proyecto.html>

Tironi, E., & Ascanio, C. (2006). *Comunicación Estratégica*. Santillana.

Torres Hernández, A. (18 de diciembre de 2013). Sobre el concepto de formación.

Milenio. <https://www.milenio.com/opinion/alfonso-torres-hernandez/apuntes-pedagogicos/sobre-el-concepto-de-formacion>

Universidad de Estudios Avanzados. (15 de octubre de 2020). *Desarrollo*

Profesional: Una Guía Para Lograrlo.

<https://www.unea.edu.mx/blog/index.php/desarrollo-profesional/>

Valdez Zepeda, A., Huerta Franco, D., & Vergara Ochoa, A. (2012). Tu Identidad, Tu Éxito. *Razón y Palabra*, 4-4.

http://www.razonypalabra.org.mx/varia/N78/1a%20parte/01_ValdezHuertaVergara_V78.pdf

Valencia, M. (26 de febrero de 2013). *El Periódico Mural*.

<https://es.slideshare.net/MarisolValenciaJaimes/el-peridico-mural-16778655>

Varela, R. (3 de septiembre de 2019). *Beneficios*. Numdea.

<https://numdea.com/beneficios.html>

Vargas Melgarejo, L. M. (1994). Sobre el Concepto de Percepción. *Alteridades*, vol. 4, núm. 8, 1994, pp. 47-53.

<https://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>

Vega, H. (2009). *La comunicación de gobierno e Internet*. La Crujía.



ANEXOS



Anexo 1: matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA	
PG: ¿Cuál es la percepción de la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca?	Describir la percepción de la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca.	Los estudios descriptivos se enfocan en realizar mediciones con la mayor precisión posible. Medir un fenómeno para describirlo no requiere de hipótesis; es por ello que, este estudio no considera una hipótesis en su planteamiento.	Percepción de la Comunicación Interna.	Enfoque de investigación: Cuantitativo	Población y muestra Trabajadores (23) de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca, contratados y nombrados.
Pe1: ¿Cuál es la percepción del vínculo que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca?	Oe1: Describir la percepción del vínculo que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca.			Tipo de estudio Por su finalidad corresponde el tipo de investigación descriptiva, ya que este describe las situaciones y eventos, además mide diversos aspectos del fenómeno a investigar.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA	
Pe2: ¿Cuál es la percepción de la efectividad que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca?	Oe2: Describir la percepción de la efectividad que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca.			El diseño de la investigación El diseño de la investigación es no experimental, puesto que se realizará sin la manipulación premeditada de la variable y se limitará a la observación del fenómeno de estudio en su ambiente natural (Hernández, 2014). A su vez, se trata de un estudio de corte transversal, pues el recojo de datos en un momento determinado, si abarcar largos periodos de tiempo.	Técnica de análisis y prueba de hipótesis (estudio) Al tratarse de un descriptivo las técnicas de análisis son: observacional para el planteamiento del problema y el procesamiento inferencial para los datos recogidos luego de la aplicación de los instrumentos. En cuanto a la prueba de hipótesis, no se realizó por ser un estudio descriptivo que se desarrolla describiendo las características de la percepción de la comunicación interna de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca.
Pe3: ¿Cuál es la percepción del orgullo que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca?	Oe3: Describir la percepción del orgullo que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca.				

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA	
Pe4: ¿Cuál es la percepción de la identidad que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca?	Oe4: Describir la percepción de la identidad que produce la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca.				

Anexo 2: Instrumento de Recojo de Datos

CUESTIONARIO: ENCUESTA SOBRE PERCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE RANRAHIRCA
INSTRUMENTOS PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO (JUICIO DEL EXPERTO)

Dimensión	N°	Ítems	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del constructo ⁴		Sugerencias
			SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
Variable: Percepción de la Comunicación Interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca											
Vínculo	1	Siento que las relaciones laborales entre los trabajadores son buenas.	X		X		X		X		
	2	Mis compañeros comparten conmigo sus conocimientos para mejorar el trabajo.	X		X		X		X		
	3	Comparto con mis compañeros mis conocimientos para mejorar el trabajo.	X		X		X		X		
	4	La interacción entre los trabajadores de mi institución es frecuente.	X		X		X		X		
	5	La interacción entre los trabajadores de mi institución es oportuna.	X		X		X		X		
	6	Mi institución se asegura de que todos los trabajadores estén capacitados para el cumplimiento de sus funciones.	X		X		X		X		
	7	Mi institución se asegura que los trabajadores estén ubicados en las áreas donde puedan aportar más según su perfil profesional.	X		X		X		X		
	8	La comunicación en mi institución está orientada a mejorar la productividad de todas las áreas que la componen.	X		X		X		X		
	9	Mi institución entrega diversos canales de comunicación para reconocer el trabajo realizado por los colaboradores.	X		X		X		X		

LPS

10	Recibo felicitaciones de los directivos de mi institución cada vez que realizo un trabajo eficiente.	x		x		x		x	
11	Mi institución explica con transparencia las condiciones remunerativas de los trabajadores.	x		x		x		x	
12	La institución desarrolla un entrenamiento adecuado para los trabajadores cuando les plantea nuevos desafíos laborales.	x		x		x		x	
13	La institución genera condiciones físicas adecuadas para la realización de un buen trabajo.	x		x		x		x	
14	La institución desarrolla pausas activas para recuperar energías y mejorar el desempeño de los trabajadores.	x		x		x		x	
15	Mi institución mantiene informado a sus trabajadores sobre diversos temas de interés.	x		x		x		x	
16	Las compensaciones que recibo por mi desempeño en la institución son satisfactorias.	x		x		x		x	
17	Mi institución ve a los trabajadores desde una perspectiva integral: físico, mental y espiritual.	x		x		x		x	
18	percibo a los colaboradores de la institución como un equipo de trabajo y no como un conjunto de trabajadores.	x		x		x		x	
19	La institución desarrolla espacios de recreación aprovechando fechas estratégicas del calendario: día del trabajador, día de la madre, día del padre, aniversario de la institución y navidad.	x		x		x		x	

L. P. H.

	20	Los directivos de la brindan un trato justo a todos los trabajadores.	x		x		x		x	
	21	Los trabajadores tratan con respeto a los directivos de la institución.	x		x		x		x	
	22	Los directivos de la institución tratan con respeto a los trabajadores.	x		x		x		x	
	23	Los trabajadores demuestran respeto entre sí.	x		x		x		x	
	24	Los directivos de la institución ofrecen un trato equitativo a todos los trabajadores.	x		x		x		x	
	25	Los directivos de la institución muestran un trato preferente a algunos trabajadores.	x		x		x		x	
Efectividad	26	En la municipalidad se encuentra escrita en un lugar visible la misión de la institución.	x		x		x		x	
	27	He recibido al menos un material impreso donde se encuentra registrada la misión de la institución.	x		x		x		x	
	28	Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores la misión.	x		x		x		x	
	29	En la municipalidad se encuentra escrita en un lugar visible la visión de la institución.	x		x		x		x	
	30	He recibido al menos un material impreso donde se encuentra registrada la visión de la institución.	x		x		x		x	
	31	Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores la visión.	x		x		x		x	
	32	En la municipalidad se encuentra escrita en un lugar visible los objetivos de la institución.	x		x		x		x	
	33	He recibido al menos un material	x		x		x		x	

LM

	impreso donde se encuentra registrada los objetivos de la institución.	x		x		x		x	
34	Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores los objetivos.	x		x		x		x	
35	En la municipalidad se encuentra escrita en un lugar visible las metas de la institución.	x		x		x		x	
36	He recibido al menos un material impreso donde se encuentra registrada las metas de la institución.	x		x		x		x	
37	Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores las metas.	x		x		x		x	
38	La institución utiliza el correo electrónico para comunicar a los trabajadores sobre los logros institucionales.	x		x		x		x	
39	La institución utiliza el periódico mural para comunicar a los trabajadores sobre los logros institucionales.	x		x		x		x	
40	La institución utiliza las redes sociales para comunicar a los trabajadores sobre los logros institucionales.	x		x		x		x	
41	La institución utiliza el boletín para comunicar a los trabajadores sobre los logros institucionales.	x		x		x		x	
42	La alta dirección de la municipalidad toma en cuenta el aporte del personal para alcanzar los objetivos trazados.	x		x		x		x	
43	Dispongo de medios adecuados para la atención al público.	x		x		x		x	
44	La institución informa	x		x		x		x	

Lupita

		oportunamente a los trabajadores sobre los proyectos a realizar.								
Orgullo	45	La institución brinda una adecuada formación a los trabajadores para la atención al público.	×		×		×		×	
	46	Siento que como trabajador desarrollo mis actividades laborales fortaleciendo a mi institución.	×		×		×		×	
	47	A los trabajadores de mi institución los unen las aspiraciones (morales, materiales o culturales) que comparten entre sí.	×		×		×		×	
Identidad	48	En el local municipal se encuentran escritos en un lugar visible los valores de la institución.	×		×		×		×	
	49	He recibido al menos un material impreso donde se encuentran registrados los valores de la institución.	×		×		×		×	
	50	Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores los valores de la institución.	×		×		×		×	
	51	Lo directivos de la municipalidad brindan información pertinente a los trabajadores respecto de la cultura organizacional.	×		×		×		×	

¹ Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

² El ítem tiene relación con el constructo.

³ Todas las palabras del ítem son usuales en nuestro contexto

⁴ El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo.

Firma. 

Apellidos y nombres del juez evaluador: Huaromo Malpaso Lilibert Cristian

DNI: 44157687

Especialidad del evaluador: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO
DICTAMINADO POR EL JUEZ**

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación (instrucciones para el examinado) y estructura del INSTRUMENTO?

SI (x)

NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

2) ¿A su parecer, el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (x)

NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI ()

NO (x)

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI ()

NO (x)

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

5) ¿Los ítems del instrumento tienen correspondencia con la dimensión a la que pertenecen en el constructo?

SI (x)

NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

LMH
Lic. Alberto Huasano Malpaso
44157687

CUESTIONARIO: ENCUESTA SOBRE PERCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE RANRAHIRCA
INSTRUMENTOS PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO (JUICIO DEL EXPERTO)

Dimensión	N°	Ítems	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del constructo ⁴		Sugerencias
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable: Percepción de la Comunicación Interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca											
Vínculo	1	Siento que las relaciones laborales entre los trabajadores son buenas.	X		X		X		X		
	2	Mis compañeros comparten conmigo sus conocimientos para mejorar el trabajo.	X		X		X		X		
	3	Comparto con mis compañeros mis conocimientos para mejorar el trabajo.	X		X		X		X		
	4	La interacción entre los trabajadores de mi institución es frecuente.	X		X		X		X		
	5	La interacción entre los trabajadores de mi institución es oportuna.	X		X		X		X		
	6	Mi institución se asegura de que todos los trabajadores estén capacitados para el cumplimiento de sus funciones.	X		X		X		X		
	7	Mi institución se asegura que los trabajadores estén ubicados en las áreas donde puedan aportar más según su perfil profesional.	X		X		X		X		
	8	La comunicación en mi institución está orientada a mejorar la productividad de todas las áreas que la componen.	X		X		X		X		
	9	Mi institución entrega diversos canales de comunicación para reconocer el trabajo realizado por los colaboradores.	X		X		X		X		

[Firma manuscrita]

10	Recibo felicitaciones de los directivos de mi institución cada vez que realizo un trabajo eficiente.	X		X		X		X	
11	Mi institución explica con transparencia las condiciones remunerativas de los trabajadores.	X		X		X		X	
12	La institución desarrolla un entrenamiento adecuado para los trabajadores cuando les plantea nuevos desafíos laborales.	X		X		X		X	
13	La institución genera condiciones físicas adecuadas para la realización de un buen trabajo.	X		X		X		X	
14	La institución desarrolla pausas activas para recuperar energías y mejorar el desempeño de los trabajadores.	X		X		X		X	
15	Mi institución mantiene informado a sus trabajadores sobre diversos temas de interés.	X		X		X		X	
16	Las compensaciones que recibo por mi desempeño en la institución son satisfactorias.	X		X		X		X	
17	Mi institución ve a los trabajadores desde una perspectiva integral: físico, mental y espiritual.	X		X		X		X	
18	percibo a los colaboradores de la institución como un equipo de trabajo y no como un conjunto de trabajadores.	X		X		X		X	
19	La institución desarrolla espacios de recreación aprovechando fechas estratégicas del calendario: día del trabajador, día de la madre, día del padre, aniversario de la institución y navidad.	X		X		X		X	



	20	Los directivos de la brindan un trato justo a todos los trabajadores.	x		x		x		x	
	21	Los trabajadores tratan con respeto a los directivos de la institución.	x		x		x		x	
	22	Los directivos de la institución tratan con respeto a los trabajadores.	x		x		x		x	
	23	Los trabajadores demuestran respeto entre sí .	x		x		x		x	
	24	Los directivos de la institución ofrecen un trato equitativo a todos los trabajadores.	x		x		x		x	
	25	Los directivos de la institución muestran un trato preferente a algunos trabajadores.	x		x		x		x	
Efectividad	26	En la municipalidad se encuentra escrita en un lugar visible la misión de la institución.	x		x		x		x	
	27	He recibido al menos un material impreso donde se encuentra registrada la misión de la institución.	x		x		x		x	
	28	Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores la misión.	x		x		x		x	
	29	En la municipalidad se encuentra escrita en un lugar visible la visión de la institución.	x		x		x		x	
	30	He recibido al menos un material impreso donde se encuentra registrada la visión de la institución.	x		x		x		x	
	31	Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores la visión.	x		x		x		x	
	32	En la municipalidad se encuentra escrita en un lugar visible los objetivos de la institución.	x		x		x		x	
	33	He recibido al menos un material	x		x		x		x	



	impreso donde se encuentra registrada los objetivos de la institución.								
34	Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores los objetivos.	x	x		x		x		
35	En la municipalidad se encuentra escrita en un lugar visible las metas de la institución.	x	x		x		x		
36	He recibido al menos un material impreso donde se encuentra registrada las metas de la institución.	x	x		x		x		
37	Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores las metas.	x	x		x		x		
38	La institución utiliza el correo electrónico para comunicar a los trabajadores sobre los logros institucionales.	x	x		x		x		
39	La institución utiliza el periódico mural para comunicar a los trabajadores sobre los logros institucionales.	x	x		x		x		
40	La institución utiliza las redes sociales para comunicar a los trabajadores sobre los logros institucionales.	x	x		x		x		
41	La institución utiliza el boletín para comunicar a los trabajadores sobre los logros institucionales.	x	x		x		x		
42	La alta dirección de la municipalidad toma en cuenta el aporte del personal para alcanzar los objetivos trazados.	x	x		x		x		
43	Dispongo de medios adecuados para la atención al público.	x	x		x		x		
44	La institución informa	x	x		x		x		

Walter

		oportunamente a los trabajadores sobre los proyectos a realizar.								
Orgullo	45	La institución brinda una adecuada formación a los trabajadores para la atención al público.	×		×		×		×	
	46	Siento que como trabajador desarrollo mis actividades laborales fortaleciendo a mi institución.	×		×		×		×	
	47	A los trabajadores de mi institución los unen las aspiraciones (morales, materiales o culturales) que comparten entre sí.	×		×		×		×	
Identidad	48	En el local municipal se encuentran escritos en un lugar visible los valores de la institución.	×		×		×		×	
	49	He recibido al menos un material impreso donde se encuentran registrados los valores de la institución.	×		×		×		×	
	50	Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores los valores de la institución.	×		×		×		×	
	51	Lo directivos de la municipalidad brindan información pertinente a los trabajadores respecto de la cultura organizacional.	×		×		×		×	

¹ Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

² El ítem tiene relación con el constructo.

³ Todas las palabras del ítem son usuales en nuestro contexto

⁴ El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo.

Firma.



Apellidos y nombres del juez evaluador: Nabil Rodríguez Barraza

DNI: 42925367

Especialidad del evaluador: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO
DICTAMINADO POR EL JUEZ**

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación (instrucciones para el examinado) y estructura del INSTRUMENTO?

SI (x)

NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

2) ¿A su parecer, el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (x)

NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI ()

NO (x)

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI ()

NO (x)

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

5) ¿Los ítems del instrumento tienen correspondencia con la dimensión a la que pertenecen en el constructo?

SI (x)

NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

Néstor Rodríguez Barrios
Néstor Rodríguez Barrios
DNI^o 42425367

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento tiene como finalidad medir la percepción de la comunicación interna, el mismo que será aplicado a los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca, quienes constituyen la muestra en estudio de la validación del test titulado: **Percepción de la Comunicación Interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca**, el cual será posteriormente utilizado como instrumento de investigación.

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, adecuación contextual y dominio del contenido**. Para ello, deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones que hubiera.

Juez Nº: 3 Fecha actual: *01-09-2021*

Nombres y Apellidos del Juez: Lic. Christiam Alexandert Jara Jaramillo

Institución donde labora: Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo (Oficina General de Admisión)

Años de experiencia profesional o científica: 6 años


Firma del Juez

**CUESTIONARIO: ENCUESTA SOBRE PERCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE
RANRAHIRCA**
INSTRUMENTOS PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO (JUICIO DEL EXPERTO)

Dimensión	N°	Ítems	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del constructo ⁴		Sugerencias
			SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
Variable: Percepción de la Comunicación Interna en la Municipalidad Distrital de Ranrahirca											
Vínculo	1	Siento que las relaciones laborales entre los trabajadores son buenas.	x		x		x		x		
	2	Mis compañeros comparten conmigo sus conocimientos para mejorar el trabajo.	x		x		x		x		
	3	Comparto con mis compañeros mis conocimientos para mejorar el trabajo.	x		x		x		x		
	4	La interacción entre los trabajadores de mi institución es frecuente.	x		x		x		x		
	5	La interacción entre los trabajadores de mi institución es oportuna.	x		x		x		x		
	6	Mi institución se asegura de que todos los trabajadores estén capacitados para el cumplimiento de sus funciones.	x		x		x		x		
	7	Mi institución se asegura que los trabajadores estén ubicados en las áreas donde puedan aportar más según su perfil profesional.	x		x		x		x		
	8	La comunicación en mi institución está orientada a mejorar la productividad de todas las áreas que la componen.	x		x		x		x		
	9	Mi institución entrega diversos canales de comunicación para reconocer el trabajo realizado por los colaboradores.	x		x		x		x		

[Firma manuscrita]

10	Recibo felicitaciones de los directivos de mi institución cada vez que realizo un trabajo eficiente.	x		x		x		x	
11	Mi institución explica con transparencia las condiciones remunerativas de los trabajadores.	x		x		x		x	
12	La institución desarrolla un entrenamiento adecuado para los trabajadores cuando les plantea nuevos desafíos laborales.	x		x		x		x	
13	La institución genera condiciones físicas adecuadas para la realización de un buen trabajo.	x		x		x		x	
14	La institución desarrolla pausas activas para recuperar energías y mejorar el desempeño de los trabajadores.	x		x		x		x	
15	Mi institución mantiene informado a sus trabajadores sobre diversos temas de interés.	x		x		x		x	
16	Las compensaciones que recibo por mi desempeño en la institución son satisfactorias.	x		x		x		x	
17	Mi institución ve a los trabajadores desde una perspectiva integral: físico, mental y espiritual.	x		x		x		x	
18	percibo a los colaboradores de la institución como un equipo de trabajo y no como un conjunto de trabajadores.	x		x		x		x	
19	La institución desarrolla espacios de recreación aprovechando fechas estratégicas del calendario: día del trabajador, día de la madre, día del padre, aniversario de la institución y navidad.	x		x		x		x	



	20	Los directivos de la brindan un trato justo a todos los trabajadores.	x		x		x		x	
	21	Los trabajadores tratan con respeto a los directivos de la institución.	x		x		x		x	
	22	Los directivos de la institución tratan con respeto a los trabajadores.	x		x		x		x	
	23	Los trabajadores demuestran respeto entre sí.	x		x		x		x	
	24	Los directivos de la institución ofrecen un trato equitativo a todos los trabajadores.	x		x		x		x	
	25	Los directivos de la institución muestran un trato preferente a algunos trabajadores.	x		x		x		x	
Efectividad	26	En la municipalidad se encuentra escrita en un lugar visible la misión de la institución.	x		x		x		x	
	27	He recibido al menos un material impreso donde se encuentra registrada la misión de la institución.	x		x		x		x	
	28	Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores la misión.	x		x		x		x	
	29	En la municipalidad se encuentra escrita en un lugar visible la visión de la institución.	x		x		x		x	
	30	He recibido al menos un material impreso donde se encuentra registrada la visión de la institución.	x		x		x		x	
	31	Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores la visión.	x		x		x		x	
	32	En la municipalidad se encuentra escrita en un lugar visible los objetivos de la institución.	x		x		x		x	
	33	He recibido al menos un material								



	impreso donde se encuentra registrada los objetivos de la institución.	x		x		x		x	
34	Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores los objetivos.	x		x		x		x	
35	En la municipalidad se encuentra escrita en un lugar visible las metas de la institución.	x		x		x		x	
36	He recibido al menos un material impreso donde se encuentra registrada las metas de la institución.	x		x		x		x	
37	Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores las metas.	x		x		x		x	
38	La institución utiliza el correo electrónico para comunicar a los trabajadores sobre los logros institucionales.	x		x		x		x	
39	La institución utiliza el periódico mural para comunicar a los trabajadores sobre los logros institucionales.	x		x		x		x	
40	La institución utiliza las redes sociales para comunicar a los trabajadores sobre los logros institucionales.	x		x		x		x	
41	La institución utiliza el boletín para comunicar a los trabajadores sobre los logros institucionales.	x		x		x		x	
42	La alta dirección de la municipalidad toma en cuenta el aporte del personal para alcanzar los objetivos trazados.	x		x		x		x	
43	Dispongo de medios adecuados para la atención al público.	x		x		x		x	
44	La institución informa	x		x		x		x	



		oportunamente a los trabajadores sobre los proyectos a realizar.								
Orgullo	45	La institución brinda una adecuada formación a los trabajadores para la atención al público.	X		X		X		X	
	46	Siento que como trabajador desarrollo mis actividades laborales fortaleciendo a mi institución.	X		X		X		X	
	47	A los trabajadores de mi institución los unen las aspiraciones (morales, materiales o culturales) que comparten entre si.	X		X		X		X	
Identidad	48	En el local municipal se encuentran escritos en un lugar visible los valores de la institución.	X		X		X		X	
	49	He recibido al menos un material impreso donde se encuentran registrados los valores de la institución.	X		X		X		X	
	50	Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores los valores de la institución.	X		X		X		X	
	51	Lo directivos de la municipalidad brindan información pertinente a los trabajadores respecto de la cultura organizacional.	X		X		X		X	

¹ Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

² El ítem tiene relación con el constructo.

³ Todas las palabras del ítem son usuales en nuestro contexto

⁴ El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo.

Firma.



Apellidos y nombres del juez evaluador: Jara Jaramillo Christian Alexander

DNI: 43676311

Especialidad del evaluador: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO
DICTAMINADO POR EL JUEZ**

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación (instrucciones para el examinado) y estructura del INSTRUMENTO?

SI ()

NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

2) ¿A su parecer, el orden de las preguntas es el adecuado?

SI ()

NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI ()

NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI ()

NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

5) ¿Los ítems del instrumento tienen correspondencia con la dimensión a la que pertenecen en el constructo?

SI ()

NO ()

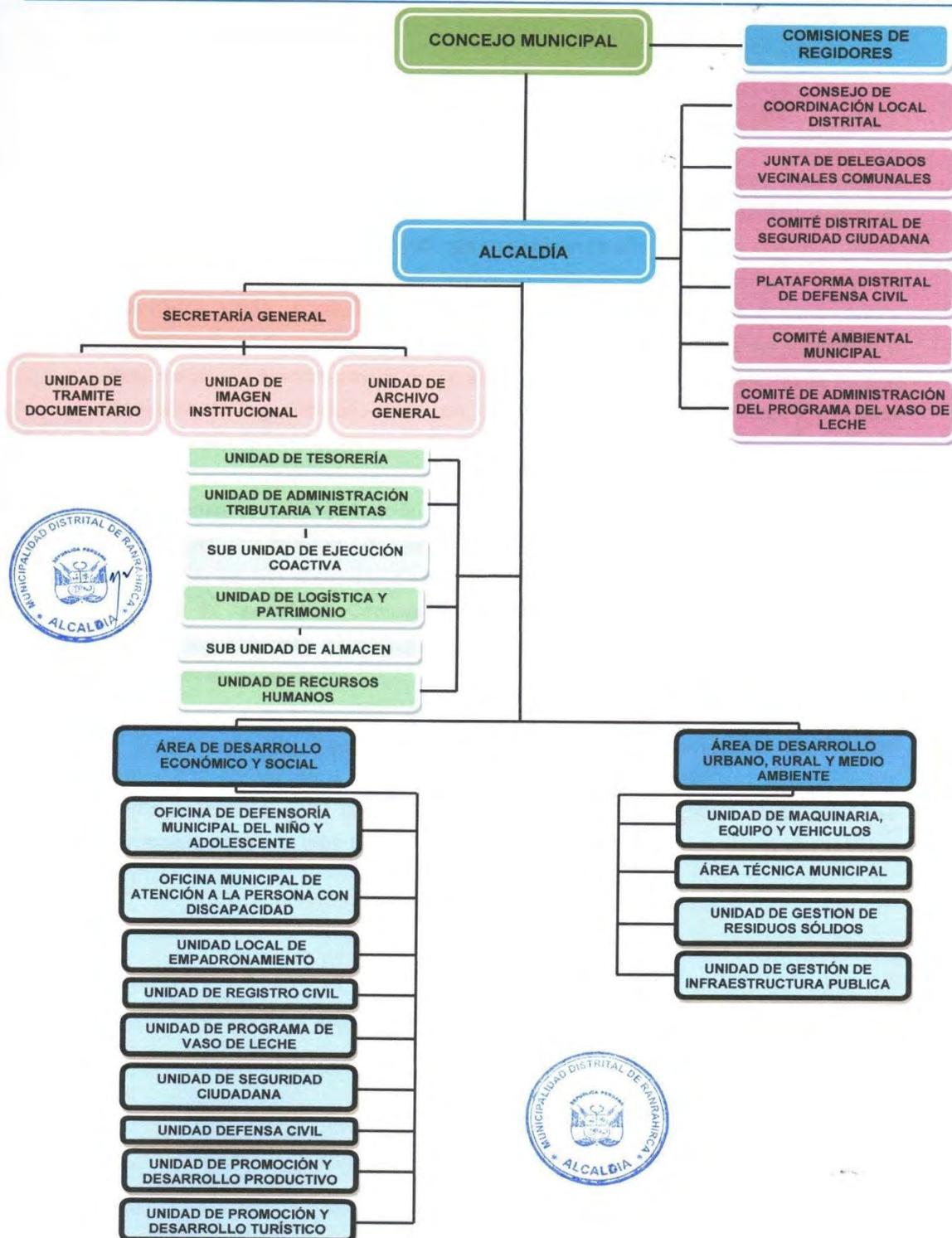
Observaciones:.....

Sugerencias:.....


 43676311
 Christian Jara Jarama



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE RANRAHIRCA ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



CUESTIONARIO

PERCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN
LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE RANRAHIRCA,
YUNGAY - 2021
TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

***Obligatorio**

INDICACIONES

Por favor responda a las siguientes preguntas con total honestidad. Esta encuesta será utilizada con fines académicos y se garantiza el anonimato de los participantes.

DATOS GENERALES:

1. GÉNERO *

Marca solo un óvalo.

- Masculino
 Femenino

2. AÑOS TRABAJANDO EN LA MUNICIPALIDAD *

Marca solo un óvalo.

- 0 a 5 años
 6 a 10 años
 11 a 20 años
 20 a más años

3. VINCULO LABORAL *

Marca solo un óvalo.

- Contratado
 Nombrado

4. EDAD *

Marca solo un óvalo.

- 20 a 30 años
- 31 a 40 años
- 41 a 50 años
- 51 a más años

PREGUNTAS

5. 1. Siento que las relaciones laborales entre los trabajadores son buenas *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

6. 2. Mis compañeros comparten conmigo sus conocimientos para mejorar el trabajo. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

7. 3. Comparto con mis compañeros mis conocimientos para mejorar el trabajo. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

8. 4. La interacción entre los trabajadores de mi institución es frecuente. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

9. 5. La interacción entre los trabajadores de mi institución es oportuna. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

10. 6. Mi institución se asegura de que todos los trabajadores estén capacitados para el cumplimiento de sus funciones. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

11. 7. Mi institución se asegura que los trabajadores estén ubicados en las áreas donde puedan aportar más según su perfil profesional. * **Marca solo un óvalo.**

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

12. 8. La comunicación en mi institución está orientada a mejorar la productividad de todas las áreas que la componen. * **Marca solo un óvalo.**

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

13. 9. Mi institución entrega diversos canales de comunicación para reconocer el trabajo realizado por los colaboradores. * **Marca solo un óvalo.**

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

14. 10. Recibo felicitaciones de los directivos de mi institución cada vez que realizo un trabajo eficiente. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

15. 11. Mi institución explica con transparencia las condiciones remunerativas de los trabajadores. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

16. 12. La institución desarrolla un entrenamiento adecuado para los trabajadores cuando les plantea nuevos desafíos laborales. * *Marca solo un óvalo.*

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

17. 13. La institución genera condiciones físicas adecuadas para la realización de un buen trabajo. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

18. 14. La institución desarrolla pausas activas para recuperar energías y mejorar el desempeño de los trabajadores. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

19. 15. Mi institución mantiene informado a sus trabajadores sobre diversos temas de interés. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

20. 16. Las compensaciones que recibo por mi desempeño en la institución son satisfactorias. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

21. 17. Mi institución ve a los trabajadores desde una perspectiva integral: físico, mental y espiritual. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

22. 18. Percibo a los colaboradores de la institución como un equipo de trabajo y no como un conjunto de trabajadores. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

23. 19. La institución desarrolla espacios de recreación aprovechando fechas estratégicas del calendario: día del trabajador, día de la madre, día del padre, aniversario de la institución y navidad. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

24. 20. Los directivos de mi institución brindan un trato justo a todos los trabajadores. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

25. 21. Los trabajadores tratan con respeto a los directivos de la institución. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

26. 22. Los directivos de la institución tratan con respeto a los trabajadores. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

27. 23. Los trabajadores demuestran respeto entre si. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

28. 24. Los directivos de la institución ofrecen un trato equitativo a todos los trabajadores. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

29. 25. Los directivos de la institución muestran un trato preferente a algunos trabajadores.

*

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

30. 26. En la municipalidad se encuentra escrita en un lugar visible la misión de la institución.

*

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

31. 27. He recibido al menos un material impreso donde se encuentra registrada la misión de la institución. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

32. 28. Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores la misión. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

33. 29. En la municipalidad se encuentra escrita en un lugar visible la visión de la institución.

*

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

34. 30. He recibido al menos un material impreso donde se encuentra registrada la visión de la institución. * **Marca**

solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

35. 31. Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores la visión. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

36. 32. En la municipalidad se encuentra escrita en un lugar visible los objetivos de la institución. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

37. 33. He recibido al menos un material impreso donde se encuentra registrada los objetivos de la institución. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

38. 34. Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores los objetivos. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

39. 35. En la municipalidad se encuentra escrita en un lugar visible las metas de la institución.
*

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

40. 36. He recibido al menos un material impreso donde se encuentra registrada las metas de la institución. * *Marca solo un óvalo.*

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

41. 37. Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores las metas. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

42. 38. La institución utiliza el correo electrónico para comunicar a los trabajadores sobre los logros institucionales. * *Marca solo un óvalo.*

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

43. 39. La institución utiliza el periódico mural para comunicar a los trabajadores sobre los logros institucionales. * *Marca solo un óvalo.*

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

44. 40. La institución utiliza las redes sociales para comunicar a los trabajadores sobre los logros institucionales. * *Marca solo un óvalo.*

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

45. 41. La institución utiliza el boletín para comunicar a los trabajadores sobre los logros institucionales. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

46. 42. La alta dirección de la municipalidad toma en cuenta el aporte del personal para alcanzar los objetivos trazados. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

47. 43. Dispongo de medios adecuados para la atención al público. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

48. 44. La institución informa oportunamente a los trabajadores sobre los proyectos a realizar

. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

49. 45. La institución brinda una adecuada formación a los trabajadores para la atención al público. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

50. 46. Siento que como trabajador desarrollo mis actividades laborales fortaleciendo a mi institución. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

51. 47. A los trabajadores de mi institución los unen las aspiraciones (morales, materiales o culturales) que comparten entre sí. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

52. 48. En el local municipal se encuentran escritos en un lugar visible los valores de la institución. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

53. 49. He recibido al menos un material impreso donde se encuentran registrados los valores de la institución. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

54. 50. Mi institución utiliza diversos medios para recordar a los trabajadores los valores de la institución. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

55. 51.Lo directivos de la municipalidad brindan información pertinente a los trabajadores respecto de la cultura organizacional. * **Marca solo un óvalo.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

Anexo 3: Base de Datos de la Encuesta

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Marca temporal	GENERO	AÑOS TRABAJANDO E	VINCULO LABORAL	EDAD	1. Siento que la relación	2. Mis compañeros com	3. Comparto con mis com	4. La interacción entre lo	5. La interacción entre lo	6. Mi instituci
2	14/01/2022 22:01:02	Masculino	0 a 5 años	Contratado	20 a 30 años	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo
3	12/01/2022 20:06:06	Masculino	0 a 5 años	Contratado	41 a 50 años	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo
4	12/01/2022 21:07:51	Masculino	0 a 5 años	Contratado	20 a 30 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo
5	12/01/2022 23:28:45	Femenino	11 a 20 años	Nombrado	31 a 40 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
6	13/01/2022 8:48:50	Femenino	11 a 20 años	Nombrado	41 a 50 años	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	En desacuen
7	13/01/2022 10:01:16	Masculino	0 a 5 años	Contratado	20 a 30 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
8	13/01/2022 10:06:09	Masculino	0 a 5 años	Contratado	20 a 30 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente d
9	13/01/2022 11:48:18	Masculino	0 a 5 años	Contratado	41 a 50 años	Totalmente en desacuer	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuen
10	13/01/2022 17:28:41	Femenino	11 a 20 años	Nombrado	31 a 40 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
11	14/01/2022 12:55:52	Femenino	0 a 5 años	Contratado	20 a 30 años	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo
12	14/01/2022 12:56:26	Masculino	6 a 10 años	Contratado	41 a 50 años	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo
13	14/01/2022 13:12:17	Masculino	11 a 20 años	Nombrado	51 a más años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo
14	14/01/2022 15:16:26	Masculino	0 a 5 años	Contratado	20 a 30 años	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
15	14/01/2022 16:04:01	Femenino	0 a 5 años	Contratado	20 a 30 años	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuen
16	14/01/2022 16:29:55	Femenino	11 a 20 años	Nombrado	41 a 50 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
17	14/01/2022 18:08:41	Femenino	6 a 10 años	Nombrado	31 a 40 años	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo
18	14/01/2022 21:37:09	Femenino	0 a 5 años	Contratado	20 a 30 años	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo
19	15/01/2022 0:51:45	Masculino	0 a 5 años	Contratado	31 a 40 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo
20	15/01/2022 8:23:39	Masculino	0 a 5 años	Contratado	41 a 50 años	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo
21	17/01/2022 9:47:07	Femenino	0 a 5 años	Contratado	20 a 30 años	De acuerdo	Totalmente en desacuer	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
22	17/01/2022 11:44:50	Masculino	0 a 5 años	Contratado	41 a 50 años	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	En desacuen
23	17/01/2022 19:11:12	Masculino	6 a 10 años	Contratado	31 a 40 años	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo
24	17/01/2022 19:43:47	Femenino	20 a más años	Nombrado	51 a más años	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo

	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
1	6. Mi institución se asegu	7. Mi institución se asegu	8. La comunicación en m	9. Mi institución entrega i	10. Recibo felicitaciones	11. Mi institución explica	12. La institución desarr	13. La institución genera	14. La institución desarr	15. Mi institución man	16. Las com
2	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo
4	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo
5	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente e
6	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente e
7	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
8	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo
9	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente e
10	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente d
11	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo
12	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo
13	Ni de acuerdo ni en desa	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo
14	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
15	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuen
16	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo
17	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	En desacuerdo	Totalmente en desacuer	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo
18	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuen
19	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Totalmente e
20	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo
21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
22	En desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo
23	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo
24	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo

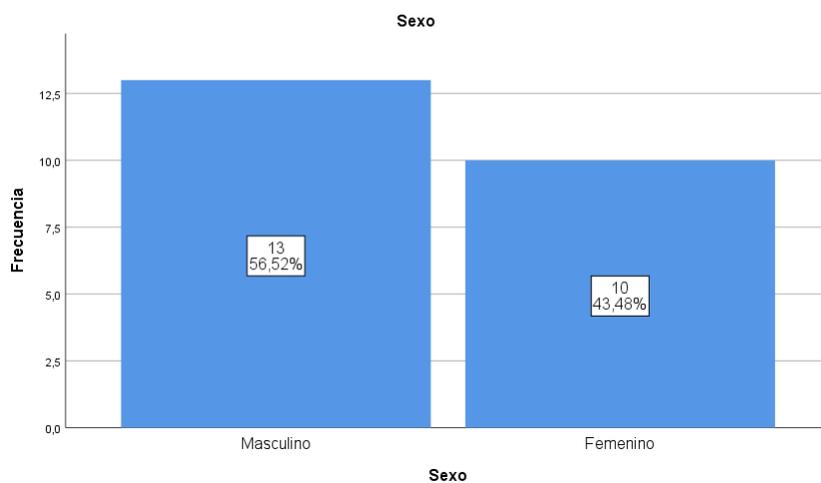
	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE
1	16. Las compensaciones	17. Mi institución ve a los	18. Percebo a los colab	19. La institución desarr	20. Los directivos de mi	21. Los trabajadores tra	22. Los directivos de la ir	23. Los trabajadores den	24. Los directivos de la ir	25. Los directivos de la ir	26. En la mu
2	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	En desacuen
3	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo
4	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	En desacuen
5	Totalmente en desacuer	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuen
6	Totalmente en desacuer	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Totalmente en desacuer	De acuerdo	Totalmente e
7	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente d
8	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo
9	Totalmente en desacuer	Totalmente en desacuer	Totalmente en desacuer	De acuerdo	Totalmente en desacuer	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente en desacuer	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuen
10	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	En desacuen
11	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo
12	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	En desacuen
13	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	En desacuen
14	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo
15	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuen
16	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	En desacuen
17	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo
18	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
19	Totalmente en desacuer	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuen
20	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo
21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
22	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuen
23	Ni de acuerdo ni en desa	En desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuen
24	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desa	Ni de acuerdo



Anexo 4: Resultados Complementarios

Figura 6

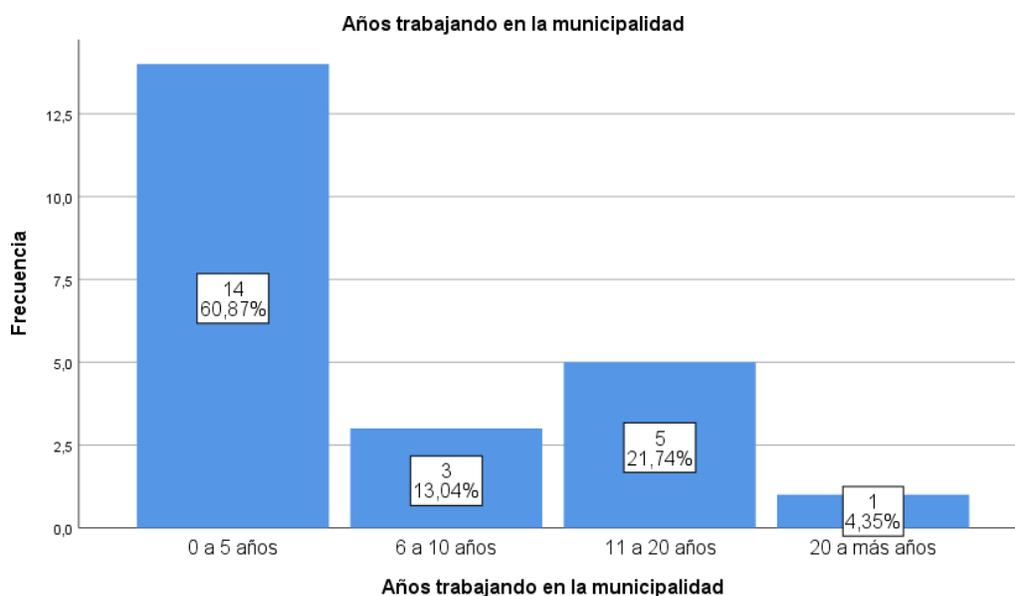
Sexo de los encuestados



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 6, el 56,52% de los casos (13 personas) son varones, mientras que el 43,48% de los casos (10 elementos), son mujeres.

Figura 7

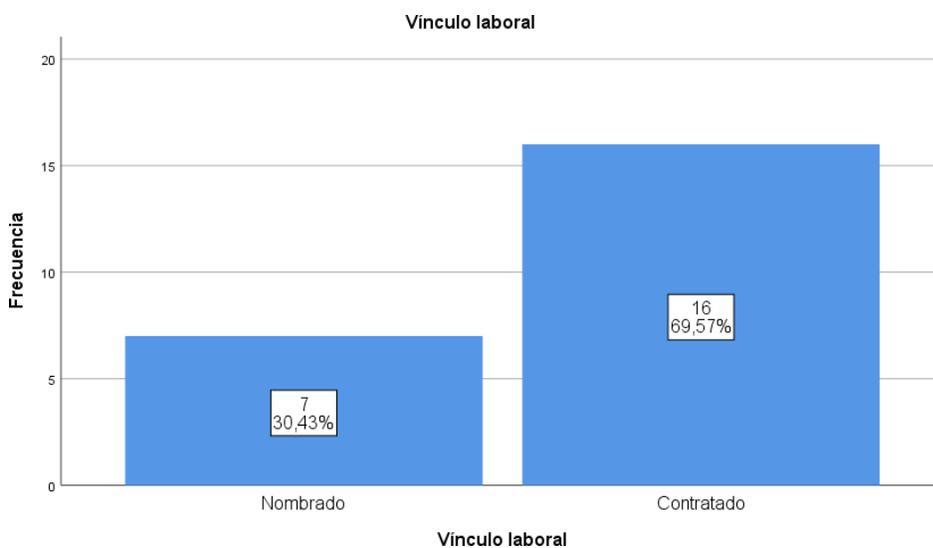
Tiempo de trabajo en la municipalidad



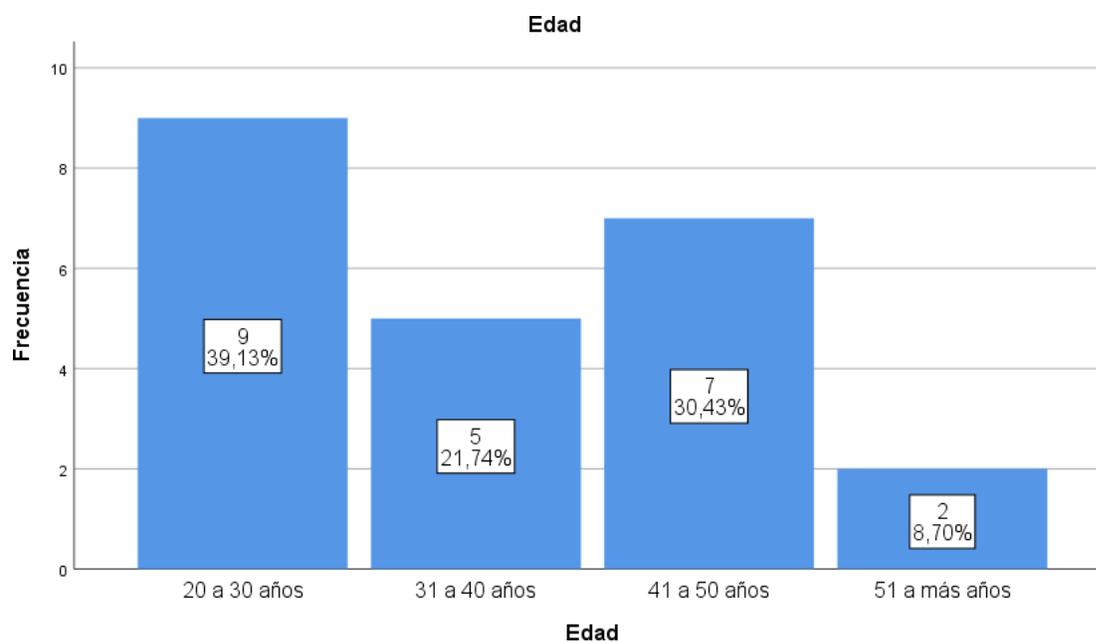
Interpretación: como puede apreciarse en la figura 7, los resultados son los siguientes 0-5 años, 60.87% (14 casos); 6-10 años, 13.04% (3 casos), 11-20 años (5 casos) y 20 a más años, 4.35% (1 caso)

Figura 8

Vínculo laboral con la municipalidad



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 8, los resultados son los siguientes: nombrado, 30.43% (7 casos) y contratado, 69,57% (16 casos).

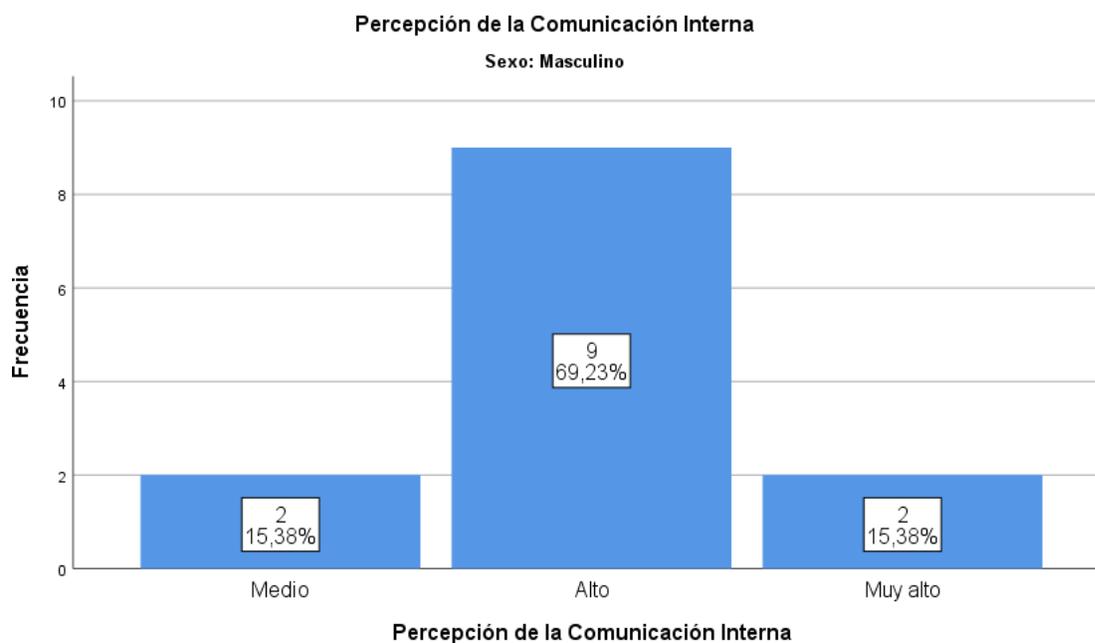
Figura 9*Edad de los encuestados*

Interpretación: como puede apreciarse en la figura 9, los resultados son los siguientes: 20-30 años, 39.13% (9 casos); 31-40 años, 21.74 (5 casos); 41-50 años, 30.43% (7 casos); 51 a más años, 8.70% (2 casos).

Resultados de la variable según sexo

Figura 1

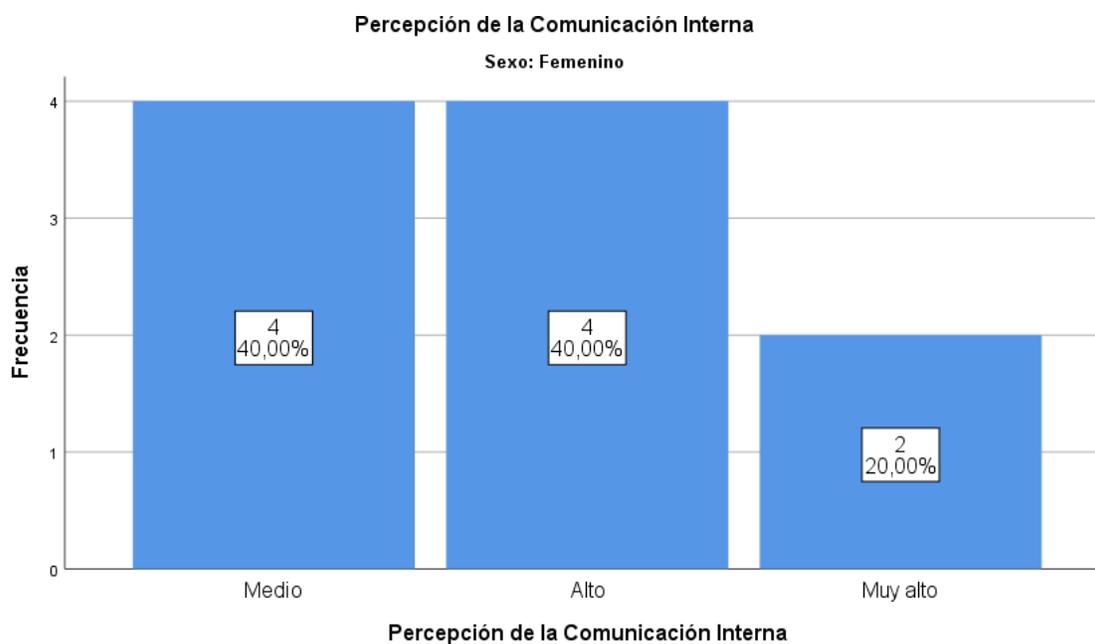
Resultados de la variable para el sexo masculino



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 10, los resultados son los siguientes: nivel medio: 15.38% (2 casos), nivel alto, 69.23% (9 casos) y nivel muy alto, 15.38% (2 casos).

Figura 2

Resultados de la variable para el sexo femenino



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 11, los resultados son los siguientes: nivel medio: 40% (4 casos), nivel alto, 40% (4 casos) y nivel muy alto, 20% (2 casos).

Tabla 1

Prueba del Chi Cuadrado: sexo y percepción de la comunicación interna

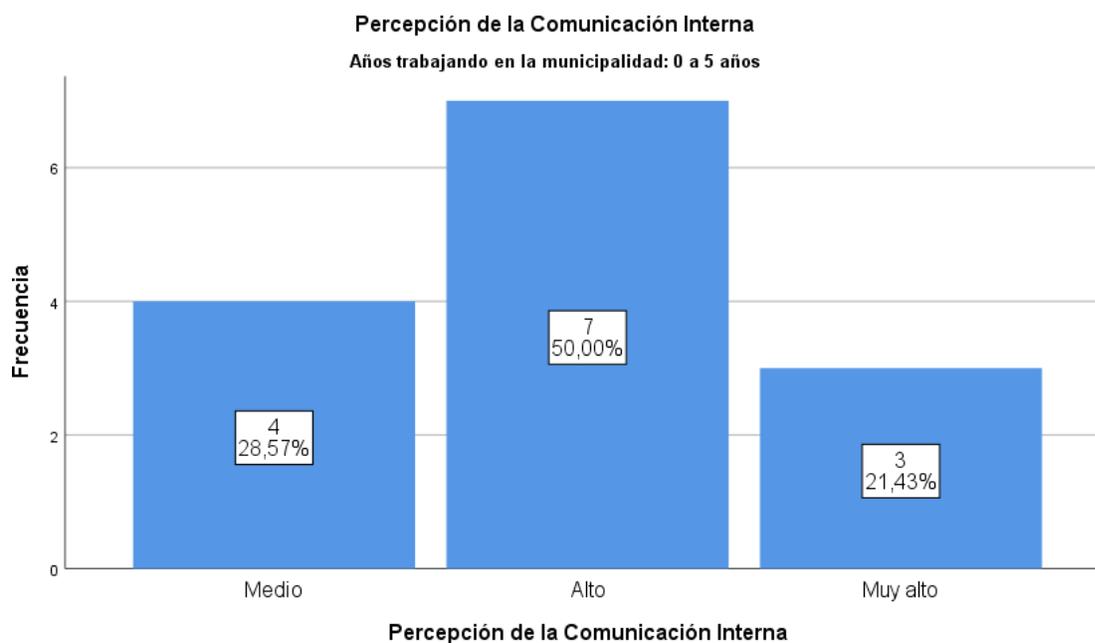
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,236	2	,327
Razón de verosimilitud	2,261	2	,323
Asociación lineal por lineal	,506	1	,477
N de casos válidos	23		

Interpretación: dado que en esta fase del proceso de análisis se compara una variable nominal (sexo) con una variable ordinal (percepción de la comunicación interna), se optó por la prueba del Chi Cuadrado. El resultado obtenido de 0,327 (mayor al nivel de significancia de 0.050) demuestra que no existe relación significativa entre las variables en estudio, lo que implica que el sexo de la persona no se relaciona con su percepción de la comunicación interna.

Resultados de la variable según años de servicio

Figura 3

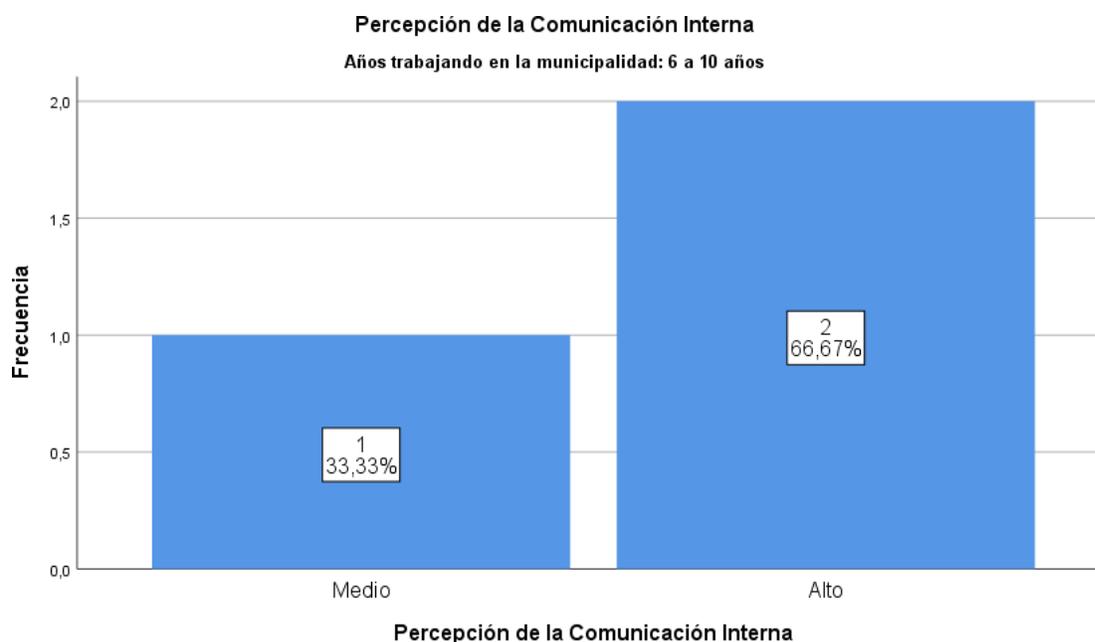
Resultados de la variable para los trabajadores con 0-5 años de servicio



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 12, los resultados son los siguientes: nivel medio: 28.57% (4 casos), nivel alto, 50% (7 casos) y nivel muy alto, 21.43% (3 casos).

Figura 4

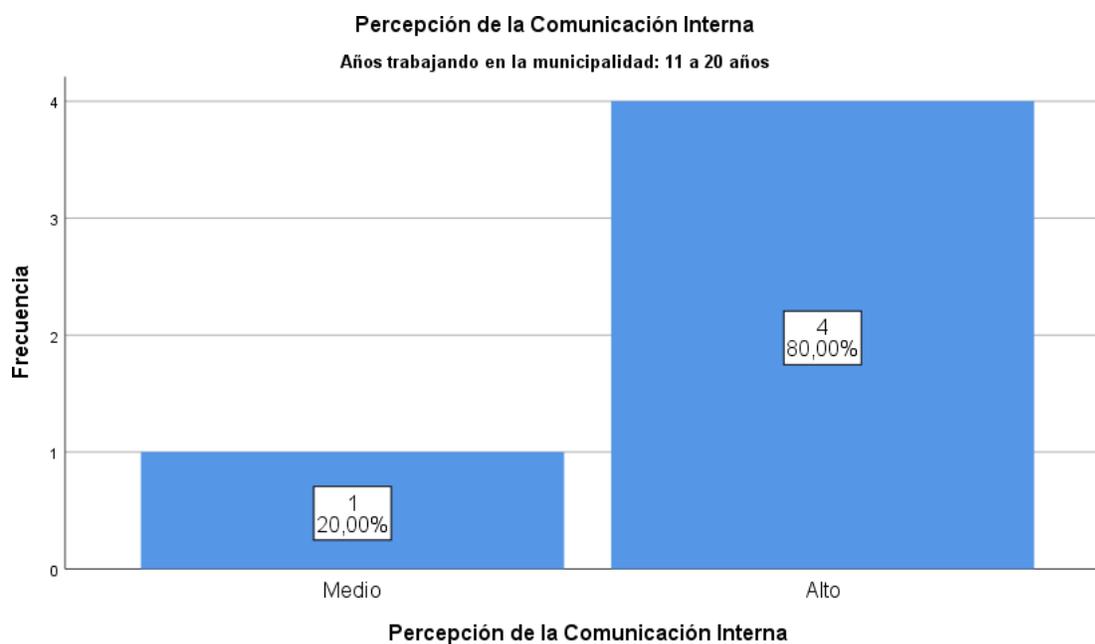
Resultados de la variable para los trabajadores con 6-10 años de servicio



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 13, los resultados son los siguientes: nivel medio: 33.33% (1 caso) y nivel alto, 66.67% (2 casos).

Figura 5

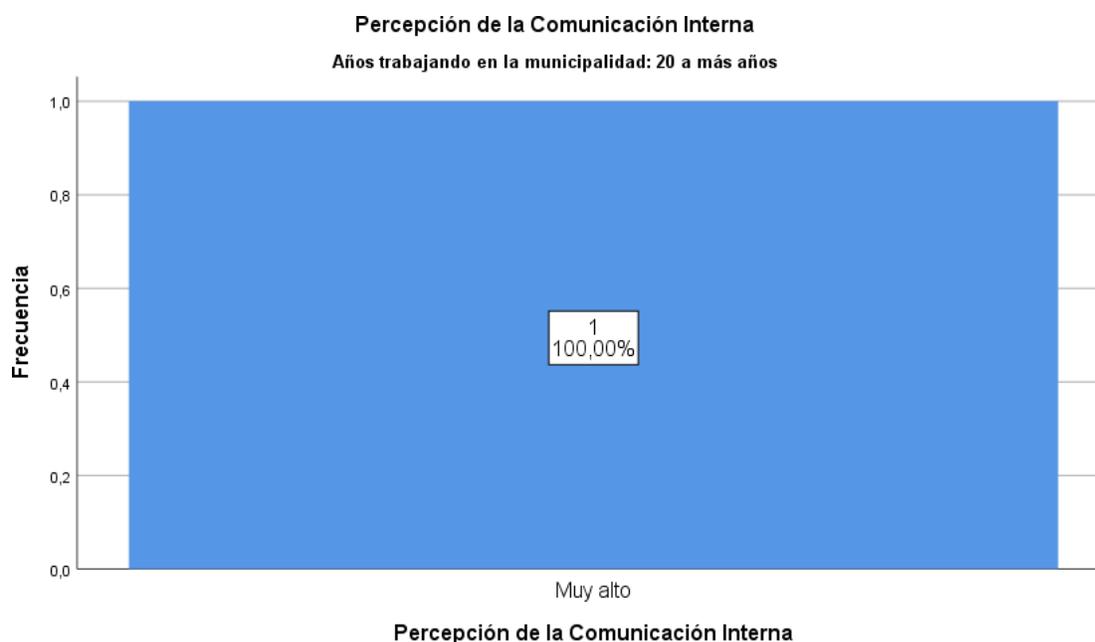
Resultados de la variable para los trabajadores con 11-20 años de servicio



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 14, los resultados son los siguientes: nivel medio: 20% (1 caso) y nivel alto, 80% (4 casos).

Figura 6

Resultados de la variable para los trabajadores con 20 a más años de servicio



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 15, los resultados son los siguientes: nivel muy alto, 100% (1 caso).

Tabla 2

Prueba Tau B de Kendall: años de servicio y percepción de la comunicación interna

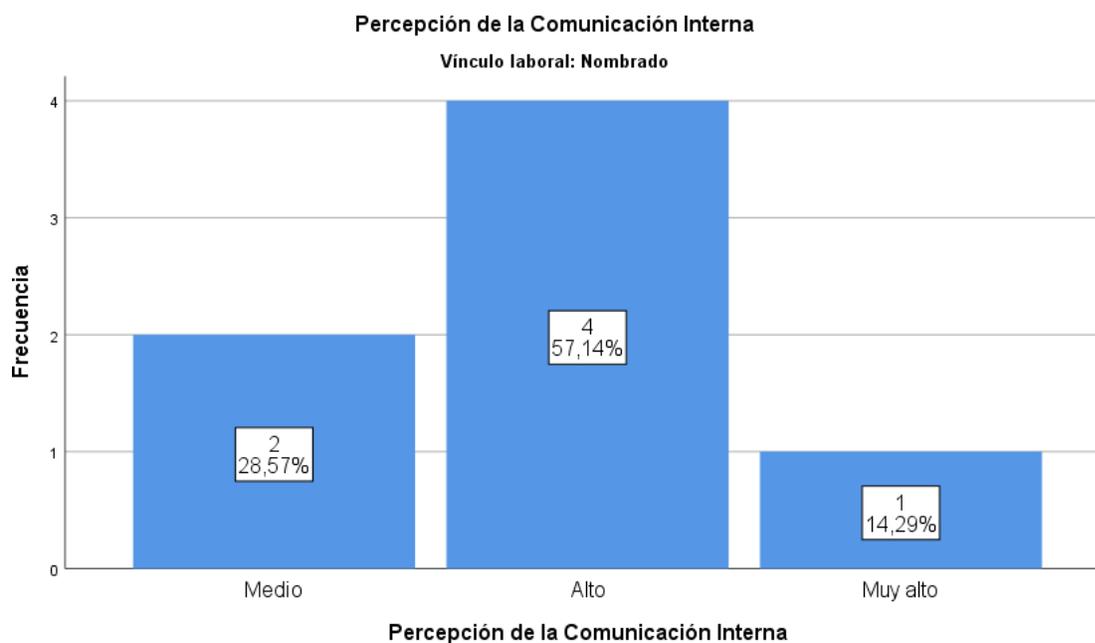
		Años trabajando en la municipalidad	Percepción de la Comunicación Interna
Tau_b de Kendall	Años trabajando en la municipalidad	la Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,046
		N	23
Percepción de Comunicación Interna	Percepción de Comunicación Interna	la Coeficiente de correlación	,046
		Sig. (bilateral)	,811
		N	23

Interpretación: dado que en esta fase del proceso de análisis se compara una variable ordinal (años de servicio) con una variable ordinal (percepción de la comunicación interna), se optó por la prueba Tau b de Kendall. El resultado obtenido de 0,811 (mayor al nivel de significancia de 0.050) demuestra que no existe relación significativa entre las variables en estudio, lo que implica que los años de servicio de la persona no se relacionan con su percepción de la comunicación interna.

Resultados de la variable según el vínculo laboral

Figura 7

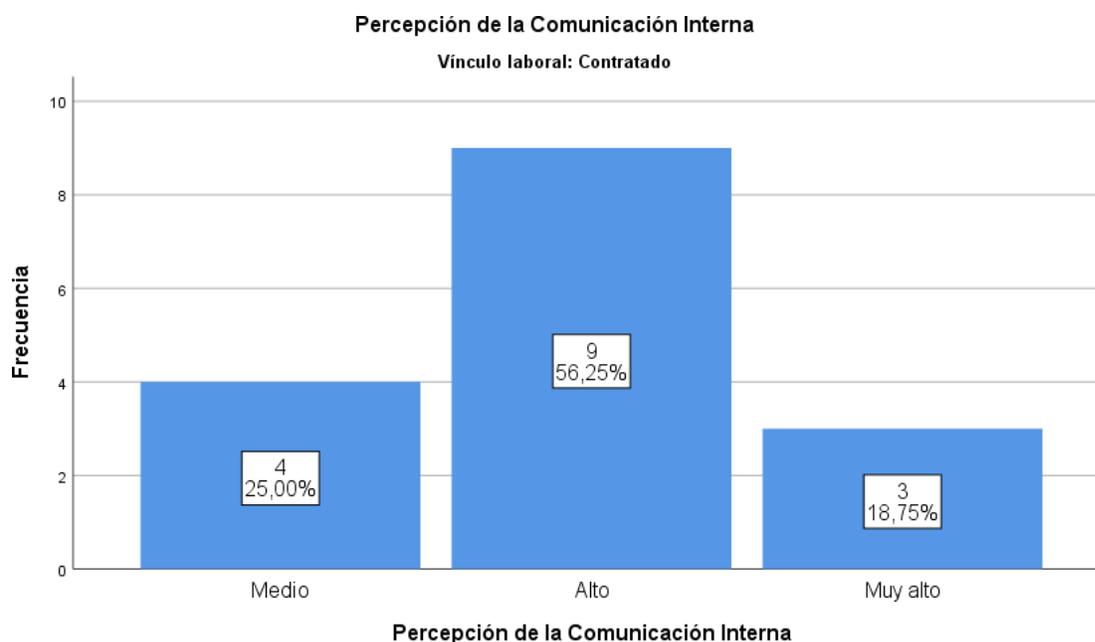
Resultados de la variable para los trabajadores nombrados



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 16, los resultados son los siguientes: nivel medio: 28.57% (2 casos), nivel alto, 57.14% (4 casos) y nivel muy alto, 14.29% (1 caso).

Figura 8

Resultados de la variable para los trabajadores contratados



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 17, los resultados son los siguientes: nivel medio: 25% (4 casos), nivel alto, 56.25% (9 casos) y nivel muy alto, 18.75% (3 casos).

Tabla 3

Prueba del Chi Cuadrado: vínculo laboral y percepción de la comunicación interna

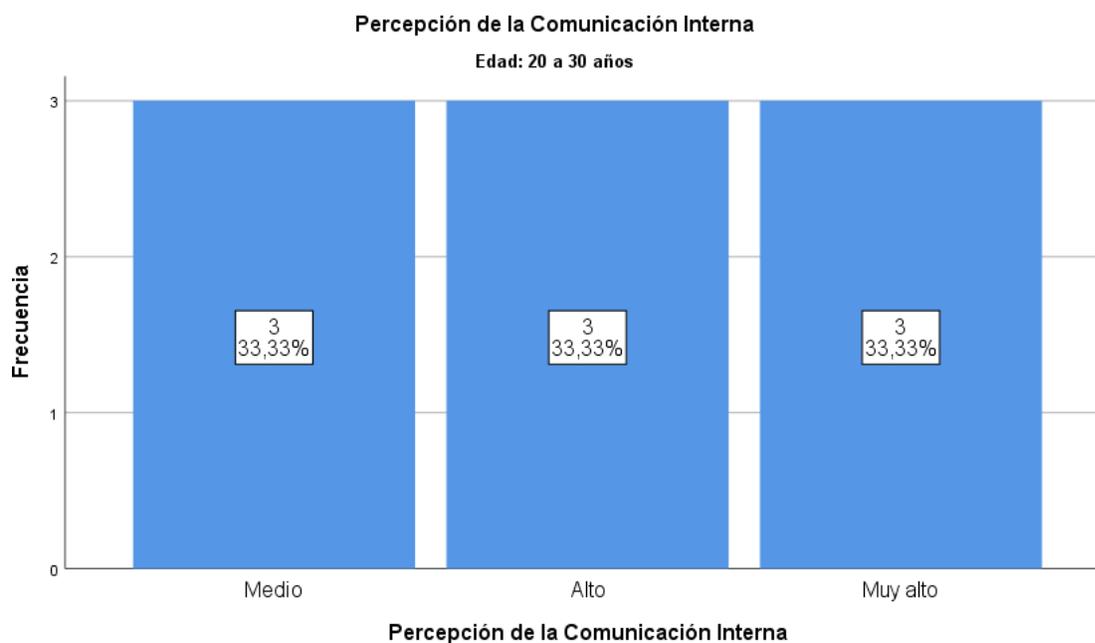
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,080	2	,961
Razón de verosimilitud	,082	2	,960
Asociación lineal por lineal	,070	1	,791
N de casos válidos	23		

Interpretación: dado que en esta fase del proceso de análisis se compara una variable nominal (vínculo laboral) con una variable ordinal (percepción de la comunicación interna), se optó por la prueba del Chi Cuadrado. El resultado obtenido de 0,961 (mayor al nivel de significancia de 0.050) demuestra que no existe relación significativa entre las variables en estudio, lo que implica que el vínculo laboral de la persona no se relaciona con su percepción de la comunicación interna.

Resultados de la variable según la edad de los encuestados

Figura 9

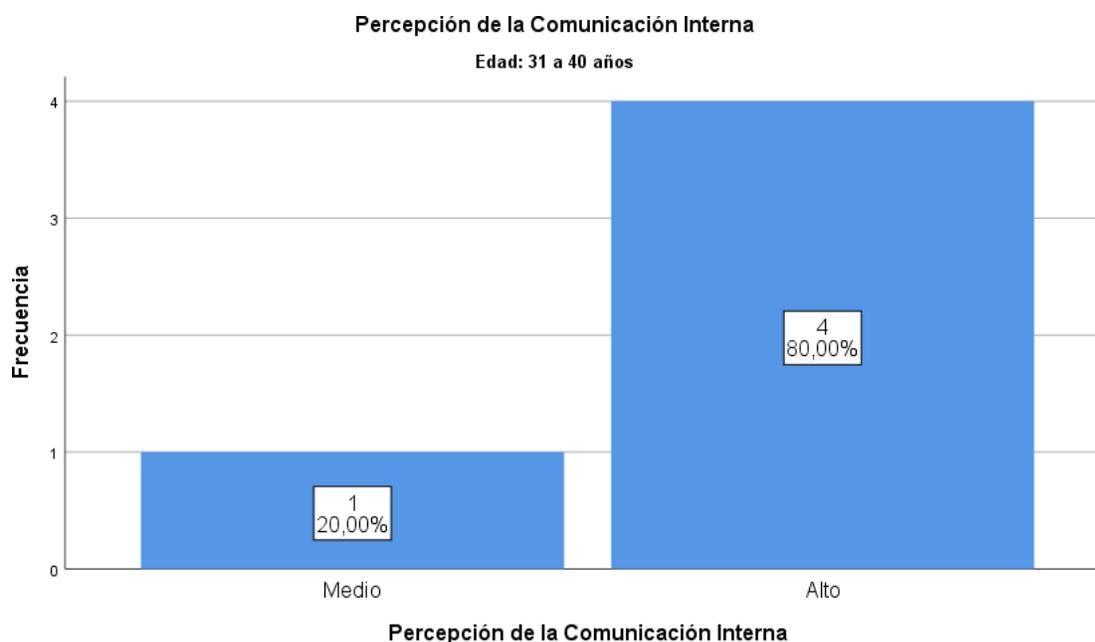
Percepción de la comunicación interna de 20 a 30 años



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 18, los resultados son los siguientes: nivel medio: 33.33% (3 casos), nivel alto, 33.33% (3 casos) y nivel muy alto, 33.33% (3 casos).

Figura 10

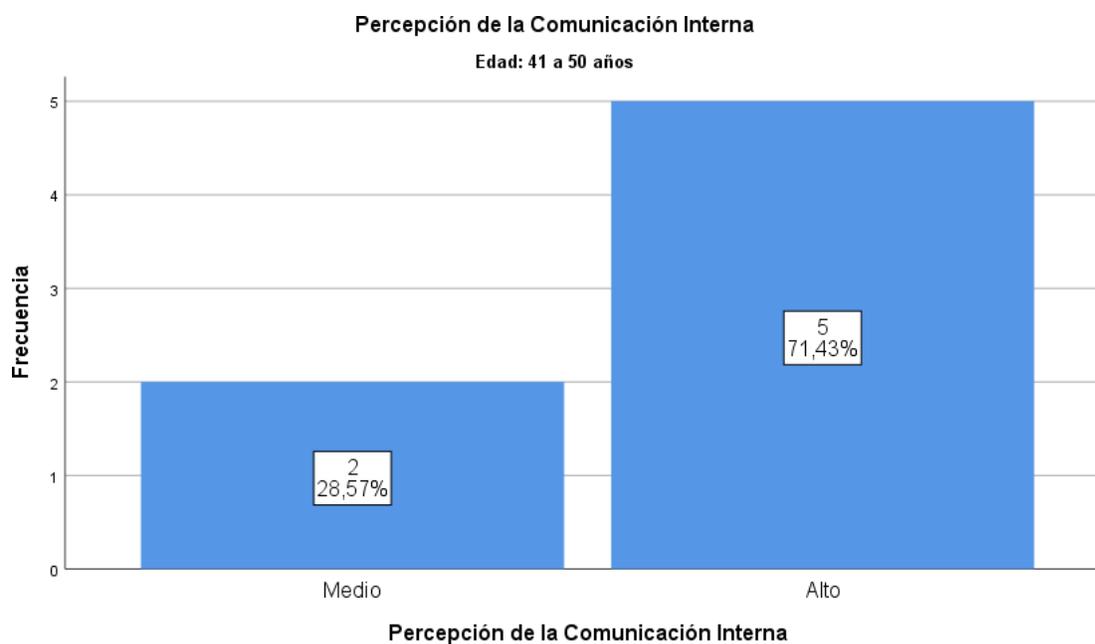
Percepción de la comunicación interna de 31 a 40 años



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 19, los resultados son los siguientes: nivel medio: 20% (1 caso) y nivel alto, 80% (4 casos).

Figura 11

Percepción de la comunicación interna de 41 a 50 años



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 20, los resultados son los siguientes: nivel medio: 28.57% (2 casos) y nivel alto, 71.43% (5 casos).

Figura 12

Percepción de la comunicación interna de 51 a más años



Interpretación: como puede apreciarse en la figura 17, los resultados son los siguientes: nivel medio: 50% (1 caso) y nivel alto, 50% (1 caso).

Tabla 4

Prueba Tau b de Kendall: edad y percepción de la comunicación interna

		Edad	Percepción de la Comunicación Interna
Tau_b de Kendall	Edad	Coeficiente de correlación	,000
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	23
Percepción de la Comunicación Interna	Edad	Coeficiente de correlación	,000
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	23

Interpretación: dado que en esta fase del proceso de análisis se compara una variable ordinal (edad) con una variable ordinal (percepción de la comunicación interna), se optó por la prueba Tau b de Kendall. El resultado obtenido de 1,000 (mayor al nivel de significancia de 0.050) demuestra que no existe relación significativa entre las variables en estudio, lo que implica que la edad de la persona no se relaciona con su percepción de la comunicación interna.

Anexo 5: fotografías de la aplicación del instrumento de manera presencial y virtual a los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Ranrahirca



