



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE COMUNICACIONES

CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA
BASADAS EN LA MOTIVACIÓN, CAPACITACIÓN
Y DIÁLOGO PARA FORTALECER LA IMAGEN
INTERNA DEL SEGAT.”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Autor:

Br. Karin Janeth García Grados
Br. Aleyda Zoraya Iturbe Rodríguez

Asesor:

Mg. Milagritos del Rosario Velarde Echevarría.

Trujillo – Perú
2018

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS.....	2
DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE CONTENIDOS	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN.....	9
ABSTRACT	10
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	17
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....	53
CAPÍTULO 4. RESULTADOS	61
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN.....	79
CONCLUSIONES.....	88
RECOMENDACIONES	91
REFERENCIAS.....	93
ANEXOS	96

ÍNDICE DE TABLAS

Categorías de la Comunicación Interna	
Tabla N° 1	28
Tabla de autores de Estrategias de Comunicación Interna	
Tabla N° 2	46
Tabla de autores de Imagen Interna	
Tabla N° 3	47
Operacionalización de Variables Independiente	
Tabla N° 4	49
Operacionalización de Variables Dependiente	
Tabla N° 5	50
Total de Trabajadores del Segat	
Tabla N° 6	52
Trabajadores del área Administrativa del Segat	
Tabla N° 7	52
Confiabilidad del instrumento1	
Tabla N° 8	54
Validez de preguntas1	
Tabla N° 9	54
Validez del criterio1	
Tabla N° 10	55
Confiabilidad del instrumento2	
Tabla N° 11	55
Validez de preguntas2	
Tabla N° 12	56
Validez del criterio2	
Tabla N° 13	56
RESULTADOS	
Resultados Encuesta de Estrategias de Comunicación	
Tabla N° 1	58
Resultados Encuesta de Imagen Interna	
Tabla N° 2	59
Resultados de relación entre Dimensión Motivación-Identidad	
Tabla N° 3.....	60
Resultados de relación entre Dimensión Diálogo y Comunicación	
Tabla N° 4	61
Resultados de relación entre Dimensión Capacitación y Realidad	
Tabla N° 5	62
Resultados de relación del cruce de variables	
Tabla N° 6	63

RESULTADOS

Resultados Guía de Observación Dimensión Motivación	
Tabla N° 7	64
Resultados Guía de Observación Dimensión Capacitación	
Tabla N° 8	65
Resultados Guía de Observación Dimensión Diálogo	
Tabla N° 9.....	66
Resultados Guía de Observación Dimensión Identidad	
Tabla N° 10	67
Resultados Guía de Observación Dimensión Comunicación	
Tabla N° 11	68
Resultados Guía de Observación Dimensión Realidad	
Tabla N° 12.....	69

RESULTADOS

Resultados Entrevista 1 Estrategias de Comunicación Interna	
Tabla N° 13	70
Resultados Entrevista 1 Imagen Interna	
Tabla N° 14	71
Resultados Entrevista 2 Estrategias de Comunicación Interna	
Tabla N° 15.....	73
Resultados Entrevista 2 Imagen Interna	
Tabla N° 16.....	74

ANEXOS

Anexo N°1.....	94
Anexo N°2.....	95
Anexo N°3.....	96
Anexo N°4.....	97
Anexo N°5.....	98
Anexo N°6.....	99
Anexo N°7.....	100
Anexo N°8.....	101
Anexo N°9.....	102
Anexo N°10.....	103
Anexo N°11.....	104
Anexo N°12.....	105
Anexo N°13.....	106
Anexo N°14.....	107
Anexo N°15.....	108
Anexo N°16.....	109
Anexo N°17.....	110
Anexo N°18.....	111
Anexo N°19.....	112

Anexo N°20.....	113
Anexo N°21.....	114
Anexo N°22.....	115
Anexo N°23.....	127
Anexo N°24.....	139
Anexo N°25.....	140

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1 Soportes comunicativos.....	31
ANEXOS DE LA ENCUESTA ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA	
Dimensión-Motivación	
Figura N° 1: Satisfacción laboral.....	115
Figura N° 2: Nivel de valoración.....	116
Figura N° 3: Capacidad profesional.....	117
Figura N° 4: Empleado eficiente	118
Dimensión-Capacitación	
Figura N° 5: Escucha asertiva.....	119
Figura N° 6: Imposición de criterios.....	120
Figura N° 7: Imposición de actividades.....	121
Figura N° 8: Compartir conocimientos	122
Dimensión-Diálogo	
Figura N° 9: Participa de capacitaciones	123
Figura N°10: Capacitaciones internas	124
Figura N° 11: Crecimiento profesional.....	125
Figura N° 12: Aprendizaje laboral.....	126
ANEXOS DE LA ENCUESTA IMAGEN INTERNA	
Dimensión-Identidad	
Figura N° 13: Nivel de Compromiso.....	127
Figura N° 14: Identificado con la institución.....	128
Figura N° 15: Objetivos de trabajo.....	129
Figura N° 16: Definición de valores.....	130
Dimensión-Comunicación	
Figura N° 17: Aprovechamiento canales de comunicación.....	131
Figura N° 18: Jefaturas promueven capacitaciones	132
Figura N° 19: Fomentar y promover la comunicación interna.....	133
Figura N° 20: Accesos a la información necesaria.....	134
Dimensión-Realidad	
Figura N° 21: Apoyo de parte de las jefaturas internas.....	135
Figura N° 22: Remuneración acorde al desempeño y logro.....	136
Figura N° 23: Trabajo en equipo bien integrado.....	137
Figura N° 24: Valor al nivel de desempeño.....	138

RESUMEN

El presente trabajo de investigación de carácter descriptivo-correlacional transversal, tuvo como finalidad determinar la relación que existe entre las estrategias de comunicación interna basadas en la motivación, capacitación y diálogo para fortalecer la imagen interna del área administrativa del Segat- 2018. Se tomó en cuenta los trabajos teóricos de Costa, Collado, Capriotti entre otros y se utilizó diferentes instrumentos.

En lo que respecta a la recopilación de datos, se utilizó los instrumentos de las guías de observación para determinar la percepción de la imagen interna de los trabajadores del área administrativa y también sobre el manejo de estrategias de comunicación interna que la institución pública posee. Así como la encuesta dirigida a los administrativos, para establecer el nivel de relación que existe entre las estrategias de comunicación, motivación, diálogo y capacitación y la imagen interna. Finalmente, las entrevistas dirigidas a los directivos de área administrativa del Segat se realizaron con la finalidad de profundizar los temas de estrategias de comunicación y la imagen interna.

Todos los instrumentos fueron validados. Con respecto a la encuesta fue validada con un nivel de confiabilidad de 0.83 Alfa de Cronbach. En el caso de la prueba estadística Chi Cuadrado, se obtuvo como resultado la contrastación de hipótesis llegándose a la conclusión de aceptar la hipótesis como válida.

El resultado de la investigación nos ha permitido evaluar que sí existe relación entre las estrategias de comunicación interna de la institución (motivación, capacitación, y diálogo) y la percepción de la imagen interna de los administrativos del Segat. Además, se establece que el tipo de comunicación interna que predomina es informal, existiendo deficiencia en el uso de las estrategias de comunicación interna; y que la percepción de la imagen interna que los administrativos tienen es de un nivel bajo. Adicional a ello se anexa una propuesta que comprende un tiempo de duración de cuatro meses y de ser posible su aplicación concluimos que las estrategias de comunicación interna de la institución pueden fortalecer la imagen interna del Área Administrativa del Segat.

Palabras clave: Estrategias de Comunicación Interna, Imagen Interna, Motivación; Diálogo; Capacitación.

ABSTRACT

The present work of investigation of descriptive-correlational transversal character had as purpose determine the relation that exists between the strategies of internal communication based on the motivation, training and dialog to strengthen the corporate image of the administrative area of the Segat-2018. There were born in mind the theoretical works of Costa, Collado, Capriotti between others and used different instruments.

Regarding the summary of information, one used the instruments of the guides of observation for determining the perception of the corporate image of the workers of the administrative area and also on the managing strategy of internal communication that the public institution possesses. As well as the survey directed the administrative officers, to establish the level of relation that exists between the strategies of communication, motivation, dialog and training and the corporate image. Finally, the interviews directed the executives of administrative area of the Segat were realized by the purpose of deepening the topics of strategies of communication and the corporate image.

All the instruments were validated. With regard to the survey Cronbach's Alpha was validated by a level of reliability of 0.83. In case of the method of analysis Chi Cuadrado obtained like proved the contrastación of hypothesis coming near to the conclusion of accepting the hypothesis as valid. The result of the investigation has allowed us to evaluate that yes relation exists between the strategies of internal communication of the institution (motivation, training, and dialog) and the perception of the corporate image of the administrative officers of the Segat.

In addition, it is found that the type of communication hospitalizes that it prevails is informal, existing deficiency in the use of the strategies of internal communication; and that the perception of the corporate image that the administrative officers have is of a low level. Additional to it there is annexed an offer that understands a time of duration of four months and of possible being his application we conclude that he hospitalizes the strategies of communication of the institution they can strengthen the corporate image of the Administrative Area of the Segat.

Key words: Internal Communication Strategies, Corporate Image, Motivation; Dialogue; Training.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

- **Tesis bibliográficas**

Camacho, A y Arroyave, I. (2010) Tesis: *Propuesta de un plan de comunicaciones internas orientado en la motivación de los empleados de la empresa Dinissan Santa Marta*. Universidad Sergio Arboleda Santa Marta, Colombia.

Ferradas, Oscar & Morales, Juan (2013). Tesis: *“Mejoramiento de la imagen corporativa de la cooperativa de ahorro y crédito “Nuestra Señora del Rosario”*. Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo.

Lisboa (2013) Tesis: *“Programa de comunicación corporativa para fortalecer la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Contralmirante Villar Zorritos, Tumbes”*. Universidad César Vallejo. Tumbes.

Olivos Solano L. (2014) Tesis: *“La Comunicación Interna y la Percepción de la calidad de servicio por los socios de la cooperativa de Ahorro y Crédito Parroquia San Lorenzo”*. Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo.

Portilla, P. (2014) Tesis: *“Plan estratégico de comunicación interna para una institución descentralizada del gobierno”*. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

Wong, M. (2014) Tesis: *“Proyecto de mejora en la estrategia d comunicación corporativa interna en pacífico seguros y su impacto en el desempeño de los colaboradores”*. Universidad Peruana de Ciencias aplicadas. Lima.

- **Referencias bibliográficas**

- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo*. Santiago: Colección de libros de la empresa.
- Capriotti P. (1992). *La imagen de empresa. Estrategias para una comunicación integrada*. España: El Ateneo.
- Chiavenato, L. (2009). *Gestión del talento Humano*. México, D.F.: McGraw Hill.
- Chiavenato, L. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Interamericana de Editores.
- Collado, C. (2010). *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Trillas.
- Costa, J. (2004). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía Editores.
- Fernández Collado, C. (2005) *La comunicación en las organizaciones*. España: Trilla.
- Garrido, F. (2008). *Comunicación de la Estrategia*. Barcelona: Deusto.
- Hernández, Fernández y Baptista (2010) *Metodología de la Investigación*. México: Interamericana Editores.
- Koenes, A. (1996). *Gestión y motivación del personal*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Lopez, F. L. (2003). *La comunicación y medios de información*. Bogotá: El Búho.
- Lucio E. (2005). *Presentaciones e Imagen, Un Recurso Energético para la Venta*. España: Vigo.
- Martínez, C., Cabuya, L. et al. (1995). *Organización y gestión de empresas*. Bogotá: Nomos.
- Mitchell, G. (1995). *Manual del capacitador*. México, D.F: Iberoamerica.
- Mondy, R. W., & Noe, R. M. (2005). *Administración de los Recursos Humanos*. México, D.F: Pearson Educación.

Nuñez, I. (2003) *Relaciones Publicas, Organización de Eventos Asesorías de Relaciones Públicas*. Santiago de Chile: Ril.

Pintado Blanco, T. & Sánchez Herrera, J. (2013). *Imagen Corporativa, Influencia en la gestión Empresarial*. Madrid: E sic.

Sánchez, J. & Pintado. T (2010) *Nuevas Técnicas de Comunicación*. España: ESIC.

Sheinsohn, D. (2011). *Comunicación estratégica*. Argentina: Granica.

Van Riel, C. (1997). *Identidad corporativa. Comunicación corporativa*. Madrid

- **Linkografía**

Aguirre J, Comunicación, el único camino al entendimiento,[en línea] Recuperado el 19 de Junio de 2018, de <http://www.slideshare.net/luzamalia/estrategias-de-comunicacionpresentation-819218>.

Capriotti, P. (2009). *Planificación estratégica de la Imagen Corporativa*. España: Ariel. Recuperado de:http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf

Capriotti, P. (2013). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. 4ta Edición. Málaga, España: ISBN. Recuperado de http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf.

Costa, J. (2003) *Creación de la Imagen Corporativa. El paradigma del Siglo XXI. En Razón y Palabra*. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/jcosta.html>.

Costumero, L. (2007) *Relaciones en el Entorno de Trabajo*. España: International Thomson Editores Spain Paraninfo.

Guato Rojas, M. (2013). *La Comunicación Interna y el Ambiente Laboral en el Colegio Técnico Provincia de Pastaza de la Ciudad de Puyo*. [En línea]. Ambato, Ecuador. Recuperado el 22 de Marzo 2018 de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/4660>.