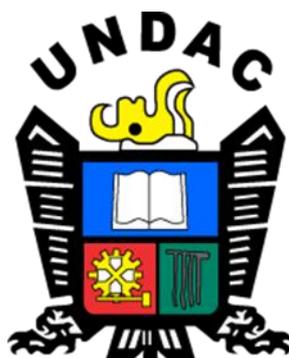


UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN



T E S I S

**La comunicación interna y el sentido de pertenencia
en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de
Yanacancha, Pasco 2023**

**Para optar el título profesional de:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Autores:

Bach. Jhon Alex CLARO HERMITAÑO

Bach. Ever Kelin GUILLERMO CRUZ

Asesor:

Dr. Pedro Amílcar CHARRY AYSANOA

Cerro de Pasco - Perú – 2024

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**



T E S I S

**La comunicación interna y el sentido de pertenencia
en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de
Yanacancha, Pasco 2023**

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

**Dr. Andrés Alfredo PALACIOS CASTRO
PRESIDENTE**

**Dr. Abel ROMUALDO ROSARIO
MIEMBRO**

**Mg. Juan Arturo PAREDES COLQUI
MIEMBRO**



Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Unidad de Investigación

INFORME DE ORIGINALIDAD N° 06-2024

La Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión ha realizado el análisis con exclusiones en el Software Turnitin Similarity, que a continuación se detalla:

Presentado por:

Ever Kelin, GUILLERMO CRUZ
Jhon Alex, CLARO HERMITAÑO

Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación

Tipo de trabajo:

TESIS

**“LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EL SENTIDO DE PERTENENCIA EN LOS
TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YANACANCHA,
PASCO 2023”**

Asesor:

Dr. Pedro Amílcar CHARRY AYSANOA

Índice de Similitud: 12 %

Calificativo:

APROBADO

Se adjunta al presente el informe y el reporte de evaluación del software similitud.

Cerro de Pasco, 11 de diciembre de 2024



Firmado digitalmente por RAMOS
GUTARRA Raul Maximo FAU
20154605046 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 27.12.2024 15:34:06 -05:00

Dr. RAMOS GUTARRA, Raúl Máximo

Jefe de la Unidad de Investigación

DEDICATORIA

A mis hijos Danae y James, cuya inocencia y alegría me impulsan a seguir adelante cada día. A mi amada esposa Danuska, cuyo amor y apoyo incondicional han sido mi mayor fortaleza en este camino.

Esta tesis es el resultado de nuestro esfuerzo compartido y se los dedico con todo mi corazón agradeciéndoles por la paciencia y comprensión. Ustedes son mi inspiración constante y la razón de mi dedicación.

Jhon Alex

Este trabajo lo dedico a mis padres Aurelio Guillermo Lastra y Julia Cruz Romero con todo mi corazón, porque sin ellos no lo hubiera logrado. Gracias a sus bendiciones que me llevan por el camino del bien y me protegen a diario a lo largo de mi vida. Los amo mucho.

Ever Kelin

AGRADECIMIENTO

A mi madre, Ynez Hermitaño Cristobal, le debo más de lo que las palabras pueden expresar. Su dedicación, sacrificio y amor incondicional han sido la base sobre la cual he construido mis sueños. Gracias por enseñarme el valor del trabajo duro y la importancia de la perseverancia. Este logro es tanto tuyo como mío. Sin ti, este camino no habría sido posible.

Jhon Alex

Gracias infinitas a mis padres, por su amor y apoyo incondicional. Su fe en mí, incluso en los momentos más difíciles, ha sido el pilar de este logro. También expreso mi gratitud a mis hermanos, quienes supieron brindarme su tiempo para apoyarme, y a mi compañera de aventuras, quien supo estar cuando más los necesitaba. Sin ustedes, todo esto no habría sido posible. Su amor y sacrificio han sido la luz que guió mi camino a través de este viaje académico.

Ever Kelin

RESUMEN

La investigación realizada se propuso determinar la relación existente entre la *comunicación interna* y el *sentido de pertenencia* en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha en la provincia y departamento de Pasco en Perú durante el año 2023, cuya información fue actualizada en el presente año. El estudio se caracteriza por ser básico de nivel descriptivo con diseño correlacional lineal no experimental de enfoque cuantitativo. Para el acopio de datos se utilizó el instrumento previamente validado por juicio de expertos empleado en la investigación desarrollada por Ramírez, L. (2021), que consta de 15 y 12 ítems respectivamente para las variables y dimensiones en la escala politómica tipo Likert. La muestra censal tuvo 44 unidades de análisis cuya información procesada con la hoja de cálculo Excel y el SPSS v-26, determinó que existe una relación positiva moderada entre ambas variables con un valor de 0,687, ubicándose en el nivel de correlación positiva moderada en la escala Rho de Spearman. Respecto a las dimensiones estudiadas, se ha determinado un comportamiento similar para las sub variables *emisor de mensajes*, *flujos de comunicación*, *funciones de la comunicación* y *canales de comunicación interna*, cuyos resultados se hallan en el rango de valores relativos a una correlación positiva moderada con valores de 0,650 para la dimensión emisor de mensajes; 0,520 en los flujos de comunicación; 0,589 en la dimensión funciones de la comunicación y 0,617 para la sub variable canales de comunicación, con los que se confirman las hipótesis formuladas para la investigación, concluyéndose de manera general en que a medida que mejora la comunicación interna, también tiende a incrementarse el sentido de pertenencia de los trabajadores, además que los hallazgos respaldan la suposición inicial de los investigadores sobre la importancia de la comunicación interna en la generación de un sentido de pertenencia en el entorno laboral de esta institución.

Palabras clave: *comunicación interna, comunicación institucional, cultura organizacional, sentido de pertenencia, clima laboral.*

ABSTRACT

The research carried out aimed to determine the relationship between internal communication and the sense of belonging in the workers of the District Municipality of Yanacancha in the province and department of Pasco in Peru during the year 2023, whose information was updated this year. The study is characterized by being basic at a descriptive level with a non-experimental linear correlational design with a quantitative approach. For data collection, the instrument previously validated by expert judgment used in the research developed by Ramírez, L. (2021) was used, which consists of 15 and 12 items respectively for the variables and dimensions in the Likert-type polytomic scale. The census sample had 44 units of analysis whose information processed with the Excel spreadsheet and the SPSS v-26, determined that there is a moderate positive relationship between both variables with a value of 0.687, placing it at the level of moderate positive correlation on the Spearman Rho scale. Regarding the dimensions studied, a similar behavior has been determined for the sub-variables message sender, communication flows, communication functions and internal communication channels, whose results are in the range of values related to a moderate positive correlation with values of 0.650 for the message emitter dimension; 0.520 in communication flows; 0.589 in the dimension functions of communication and 0.617 for the subvariable communication channels, with which the hypotheses formulated for the research are confirmed, concluding in a general way that as internal communication improves, the sense of belonging of workers also tends to increase, in addition to the findings support the initial assumption of the researchers about the importance of internal communication in the generation of a sense of belonging in the work environment of this institution.

Keywords: *internal communication, institutional communication, organizational culture, sense of belonging, work environment.*

INTRODUCCIÓN

Señores miembros del Jurado Calificador:

La investigación que ponemos en su especial consideración, es resultado de un trabajo diseñado para adquirir nuevos conocimientos, fundamentado en el razonamiento y en los sistemas de creencias e inferencias, cuyo propósito fue determinar la asociación generada entre la comunicación interna y el sentido de pertenencia en los servidores del régimen laboral del Decreto Legislativo 276 y los adscritos a la Ley 1057 (CAS) relativamente permanentes que prestan servicios en la Municipalidad Distrital de Yanacancha en Pasco, Perú.

El trabajo se divide en cuatro capítulos y se ajustan a los parámetros establecidos en Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, por lo que el primer capítulo contiene la identificación y planteamiento del problema de investigación, la formulación de interrogantes a ser resueltas, su justificación y limitaciones afrontadas, mientras que el segundo capítulo hace referencia al marco teórico formado por estudios previos al temade investigación, resume las teorías relacionadas con las variables, conceptos científicos e hipótesis y el sistema de variables y sus correspondientes dimensiones.

En el tercer capítulo se presenta la metodología que siguió el estudio, la población donde se aplicaron los instrumentos de recojo de información, el procedimiento estadístico y la orientación ética epistémica. En el cuarto capítulo se presenta la información estadística tanto descriptiva como inferencial, la prueba de hipótesis como la discusión de resultados y como corolario del estudio se formulan las conclusiones y recomendaciones que pudieran ser adoptadas por las autoridades de esta municipalidad, propiciando un clima laboral armonioso donde la comunicación interna sea el pilar de motivación permanente de sus trabajadores, para fortalecer el sentido de pertenencia con su organización.

Los autores.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.	Identificación y determinación del problema.....	1
1.2.	Delimitación de la investigación.....	6
1.3.	Formulación del problema.....	8
1.3.1.	Problema general.....	8
1.3.2.	Problemas específicos.....	8
1.4.	Formulación de objetivos.....	9
1.4.1.	Objetivo general.....	9
1.4.2.	Objetivos específicos.....	9
1.5.	Justificación de la investigación.....	9
1.6.	Limitaciones de la investigación.....	10

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de estudio.....	11
2.2.	Bases teóricas - científicas.....	15
2.3.	Definición de términos básicos.....	27
2.4.	Formulación de hipótesis.....	31
2.4.1.	Hipótesis general.....	31
2.4.2.	Hipótesis específicas.....	31
2.5.	Identificación de variables.....	31

2.6. Definición operacional de variables e indicadores	32
--	----

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación	33
3.2. Nivel de investigación	33
3.3. Métodos de investigación.....	33
3.4. Diseño de investigación	34
3.5. Población y muestra.....	34
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación	36
3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	38
3.9. Tratamiento estadístico	39
3.10. Orientación ética filosófica y epistémica.....	40

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo.....	42
4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados	43
4.3. Prueba de hipótesis.....	71
4.4. Discusión de resultados	76

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: La información que le brinda la Gerencia, Administración y los jefes de área de la institución. ¿Es clara y precisa?.....	43
Tabla 2 : ¿Su jefe dedica tiempo y esfuerzo para escuchar a los trabajadores?	45
Tabla 3: ¿Su jefe demuestra conocimiento en el cumplimiento de las funciones y/o tareas laborales que se presentan?.....	46
Tabla 4: ¿La institución demuestra compromiso por mantener una fuerza laboral diversa (género, edad, etnia, condición social, religión, etc.)?	47
Tabla 5: ¿Cree usted que se fomenta la participación de los trabajadores en las ceremonias y/o fechas especiales de la institución?	48
Tabla 6: ¿La institución utiliza canales o formas de comunicación para recibir los comentarios, consultas o dudas de los trabajadores?	49
Tabla 7: ¿La información que recibe desde la alta dirección, contribuye con su desempeño laboral?.....	50
Tabla 8: ¿Considera que mantiene buenas relaciones y comunicación con sus compañeros de trabajo?	51
Tabla 9: ¿Normalmente todos los trabajadores reciben un buen trato, independientemente del cargo o tipo de contrato?.....	52
Tabla 10: ¿Los trabajadores suelen adaptarse de manera rápida a los cambios ocurridos en la institución?	53
Tabla 11: ¿Los medios de comunicación utilizados internamente en la institución, facilitan el cumplimiento de los objetivos en la institución?	54
Tabla 12: ¿Se reúne con su jefe inmediato o superiores (de manera individual o grupal) para recibir indicaciones sobre sus funciones o tareas?	55
Tabla 13: La institución, ¿publica (en periódicos murales o boletines) información de utilidad para los trabajadores)?	56
Tabla 14: La institución, ¿emplea diversos medios digitales que permiten la comunicación fluida dentro de su área de trabajo?	57

Tabla 15: ¿La institución actualiza constantemente su portal web oficial?	58
Tabla 16: ¿Se siente ligado emocionalmente a la institución municipal?	59
Tabla 17: Aunque tuviera la oportunidad de cambiar de trabajo, ¿preferiría quedarse en la institución?	60
Tabla 18: ¿Tiene lealtad hacia su institución municipal?	61
Tabla 19: La institución, ¿desarrolla actividades para fortalecer los valores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha?	62
Tabla 20: La Municipalidad Distrital de Yanacancha, ¿difunde con claridad su misión y visión a sus trabajadores?	63
Tabla 21: ¿Cree que la mayoría de los trabajadores actúa según los valores y filosofía de la institución?	64
Tabla 22: ¿Sus compañeros suelen ser tolerantes entre sí?	65
Tabla 23: ¿Considera usted que la institución municipal celebra sus logros y aprendizajes personales?	66
Tabla 24: ¿Mantiene usted una buena relación con su jefe inmediato?	67
Tabla 25: Entre sus compañeros, ¿hay apoyo y ayuda mutua?.....	68
Tabla 26: ¿Tiene la oportunidad de crecer dentro de la institución?	69
Tabla 27: Su puesto de trabajo ¿va acorde con las habilidades y limitaciones que usted posee?	70

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Pirámide de Maslow	4
Figura 2: La información que le brinda la Gerencia, Administración y los jefes de área de la institución. ¿Es clara y precisa?.....	44
Figura 3 : ¿Su jefe dedica tiempo y esfuerzo para escuchar a los trabajadores?.....	45
Figura 4: ¿Su jefe demuestra conocimiento en el cumplimiento de las funciones y/o tareas laborales que se presentan?.....	46
Figura 5: ¿La institución demuestra compromiso por mantener una fuerza laboral diversa (género, edad, etnia, condición social, religión, etc.)?	47
Figura 6: ¿Cree usted que se fomenta la participación de los trabajadores en las ceremonias y/o fechas especiales de la institución?	48
Figura 7: ¿La institución utiliza canales o formas de comunicación para recibir los comentarios, consultas o dudas de los trabajadores?	49
Figura 8: ¿La información que recibe desde la alta dirección, contribuye con su desempeño laboral?.....	50
Figura 9: ¿Considera que mantiene buenas relaciones y comunicación con sus compañeros de trabajo?	51
Figura 10: ¿Normalmente todos los trabajadores reciben un buen trato, independientemente del cargo o tipo de contrato?.....	52
Figura 11: ¿Los trabajadores suelen adaptarse de manera rápida a los cambios ocurridos en la institución?	53
Figura 12: ¿Los medios de comunicación utilizados internamente en la institución, facilitan el cumplimiento de los objetivos en la institución?	54
Figura 13: ¿Se reúne con su jefe inmediato o superiores (de manera individual o grupal) para recibir indicaciones sobre sus funciones o tareas?	55
Figura 14: La institución, ¿publica (en periódicos murales o boletines) información de utilidad para los trabajadores)?	56
Figura 15: La institución, ¿emplea diversos medios digitales que permiten la	

comunicación fluida dentro de su área de trabajo?	57
Figura 16: ¿La institución actualiza constantemente su portal web oficial?.....	58
Figura 17: ¿Se siente ligado emocionalmente a la institución municipal?.....	59
Figura 18: Aunque tuviera la oportunidad de cambiar de trabajo, ¿preferiría quedarse en la institución?	60
Figura 19: ¿Tiene lealtad hacia su institución municipal?	61
Figura 20: La institución, ¿desarrolla actividades para fortalecer los valores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha?	62
Figura 21: La Municipalidad Distrital de Yanacancha, ¿difunde con claridad su misión y visión a sus trabajadores?	63
Figura 22: ¿Cree que la mayoría de los trabajadores actúa según los valores y filosofía de la institución?	64
Figura 23: ¿Sus compañeros suelen ser tolerantes entre sí?	65
Figura 24: ¿Considera usted que la institución municipal celebra sus logros y aprendizajes personales?.....	66
Figura 25: ¿Mantiene usted una buena relación con su jefe inmediato?.....	67
Figura 26: Entre sus compañeros, ¿hay apoyo y ayuda mutua?	68
Figura 27 : ¿Tiene la oportunidad de crecer dentro de la institución?	69
Figura 28: Su puesto de trabajo ¿va acorde con las habilidades y limitaciones que usted posee?	70

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema

En cualquier organización pública o privada existente, donde la afluencia de sus públicos los obliga a mantener una comunicación fluida para congratularse de sus logros y satisfacción laboral, se han diseñado estrategias de comunicación interna o externa para las que utilizan sistemas, canales o formas de comunicación que de alguna manera influyen en la actitud de sus trabajadores y por ende del público externo. Las organizaciones en la actualidad y en el mundo, cada día prestan mayor atención a la comunicación externa como una forma de mantenerse en auge en sus líneas de atención al usuario y, tal vez, dejando de lado la comunicación interna a la que en muchos casos, las relegan a un segundo plano, con lo que evidencian que la gestión comunicacional se desinteresa por sus colaboradores internos, aunque a expensas de ellos, quieren lograr empatía en el público aunque sus trabajadores no se sientan identificados con la organización.

Bajo la premisa en que la comunicación es el eje transversal en el que se soporta el prestigio y garantía de una organización, Aced, Arocas y Miquel (2021), resaltan que no es difícil entender que la comunicación juega un papel importante en la gestión de una empresa, considerando que la comunicación interna es algo inherente a la naturaleza humana, por lo mismo, resulta ser un proceso intrínseco

y natural dentro de las organizaciones, donde las personas tienden a expresar libremente sus emociones, aunque ésta no es percibida como un proceso importante para la cohesión institucional en cuanto a la satisfacción de sus colaboradores. El concepto común de comunicación interna es percibido como un proceso que debe cumplir exclusivamente una oficina de comunicaciones o de imagen institucional a través del empleo de canales, programas, flujos o, asumiendo el papel de emisor de los mensajes hacia los trabajadores o al público externo. Sin embargo, el concepto de comunicación interna va más allá de tal percepción, porque la actividad comunicativa que despliegan los integrantes de una organización entre sí de manera horizontal, o las comunicaciones verticales descendentes o ascendentes de distintas dependencias, forman parte de la comunicación interna que se genera en una organización e involucra a todos los miembros de la misma, quienes asumen actitudes derivadas del ambiente y clima laboral, tomando conciencia para generar un sentido de pertenencia con el grupo u organización.

El concepto de la toma de conciencia en el espectro interno de una organización toma fuerza a partir de los años 30 del siglo XX y, en la medida en que las organizaciones del mundo fueron creciendo, se gestaron nuevas teorías sobre el relacionamiento humano como respuesta a los vínculos afectivos generados por los miembros de las empresas, desarrollándose estudios en el afán de mejorar la comunicación interna y gestionar las relaciones interpersonales entre los miembros de las organizaciones.

Generalmente se relaciona a la comunicación interna únicamente con la que desarrollan los empleados de una empresa o institución, o la que desarrolla una oficina de comunicaciones, pero en realidad, son muchos los actores que interactúan en la comunicación interna de una organización, teniéndose entre ellos a los mismos empresarios, a los proveedores de bienes y servicios, a los empleados y obreros, que se constituyen en el público interno y, dependiendo del

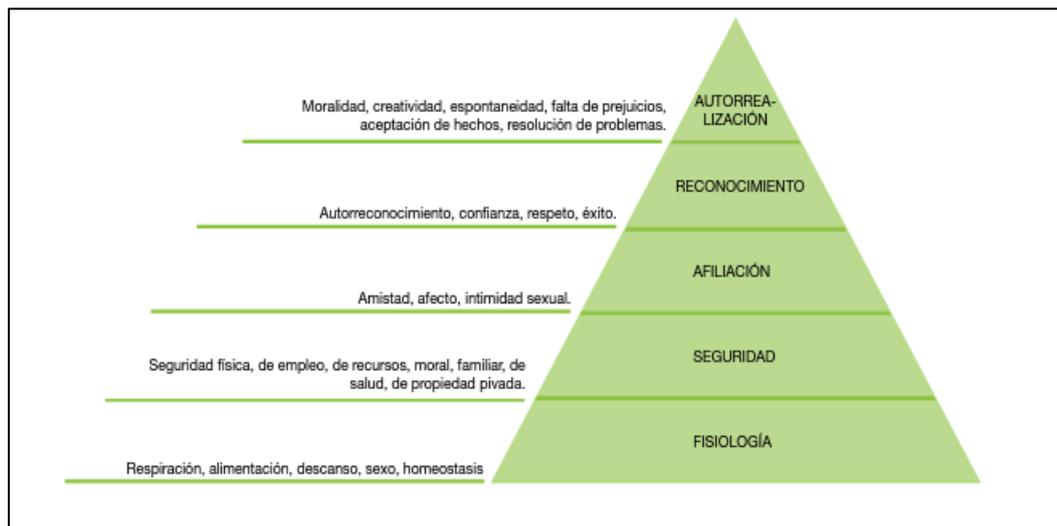
modelo empresarial la nomenclatura organizacional puede variar considerándose nuevas áreas como el de atención al cliente, ideada para satisfacer las preocupaciones de clientes y usuarios. Miño (2014), sostiene que la comunicación interna en una empresa, se ha convertido en un medio indispensable que genera compromiso con la identidad empresarial, orientado al logro de competitividad y el fomento de consensos en toda la estructura organizacional y ahora, con el empleo de la Web 2.0. se puede dinamizar el proceso comunicacional pasando de espectador a actor interno, lo que cambia el rol del público interno llamado ahora a la generación de información, aportes e ideas que optimicen la labor empresarial con mejores resultados (p. 28).

En el esquema de la comunicación interna, se debe entender que ésta, contribuye a la construcción de una cultura corporativa e identidad organizacional como elementos necesarios en la sinergia empresarial, debido a que, tanto la comunicación interna como la construcción de la cultura corporativa, tienden a establecer la identidad con la organización a lo que se la denomina sentido de pertenencia, que rescata la actitud de los empleados bien motivados, quienes al sentirse orgullosos de pertenecer a su empresa, dan lo mejor de sí para el crecimiento personal y empresarial.

Sin embargo, tal situación amerita que el entorno de la organización debe atender mejor las formas de la comunicación interna haciéndola más dinámica e imbuida de transparencia y eficacia, como elementos fundamentales para que se desarrolle esa motivación y ese orgullo de pertenencia, como sostienen Aced, Arocas y Miquel (2021) para quienes la creación de ese sentido y su fortalecimiento es uno de los objetivos principales de la comunicación interna. Sobre el tema, en su Manual de comunicación interna citando a varios colaboradores entre ellos a Brea (2014), refieren que “el orgullo de pertenencia es la satisfacción de una persona al sentirse parte de una comunidad. Es el sentimiento de arraigo e identificación de un individuo con un grupo, que genera compromiso con ese

colectivo” (p. 27), por lo que pertenecer y ser aceptado por un grupo es una necesidad humana fundamental y resumida en la Pirámide formulada por el psiquiatra y psicólogo estadounidense Abraham Maslow quien, en su teoría sobre la motivación humana, describe una jerarquía de necesidades humanas a la que se la conoce como la pirámide de necesidades o pirámide de Maslow. En esta pirámide se observa de manera ascendente cinco niveles de necesidades del hombre por orden de importancia, desde las necesidades básicas como las fisiológicas, hasta las necesidades psicológicas superiores como la autorrealización ubicada en el nivel más alto, donde se identifican a las “necesidades que dan un motivo o propósito a la vida, son difíciles de definir por su estructura abstracta y son diferentes en cada persona en razón a su individualidad y propósitos personales” (Torrealba 2024, párrs. 1-14).

Figura 1: *Pirámide de Maslow*



Sobre la efectividad de la comunicación interna indispensable para fomentar el sentido de pertenencia, Álvarez (2007), destaca que la integración de muchas organizaciones depende del valor que se le da a la comunicación de manera estratégica. Lo contrario significa una ruptura del funcionamiento empresarial por el déficit comunicacional o incomunicación, lo que determinaría una fractura interna propiciada por las barreras jerárquicas, funcionales o

geográficas.

El público interno es, sin duda, el que requiere de una atención preferente y de una acción comunicadora mucho más intensa. Dentro del amplio repertorio de públicos con los que una empresa o institución debe comunicarse para desarrollar su plan estratégico se encuentran los clientes, accionistas, medios informativos, proveedores, las administraciones públicas, los empleados y la sociedad en su conjunto. Un trabajador puede ser, además de proveedor interno de servicios, cliente, accionista y, sobre todo, es el publicista más eficaz de cualquier organización (Álvarez 2007, pp. 4-5).

En tal sentido, el autor sostiene que la comunicación interna permite el flujo de la información de manera ascendente, descendente y horizontal, las que se realizan “mediante reuniones presenciales o el uso de soportes analógicos y digitales, dirigida a los componentes de una organización. Su objetivo último es integrar, comprometer y movilizar a las personas con los objetivos de una empresa o institución (p. 5).

Los fundamentos resumidos permiten clarificar que la comunicación interna involucra a todos los miembros de la organización, quienes asumen distintos roles en el proceso de comunicación y adopción del sentido de pertenencia, lo que implica que la información procedente de los distintos niveles jerárquicos laborales, sea de manera vertical u horizontal es el emisor del mensaje, mientras que los flujos se definen como los ascendentes, descendentes u horizontales por los canales a su alcance. La comunicación interna que tiene funciones divergentes en la organización, no es de exclusividad de una oficina de relaciones públicas o de comunicaciones como suele entenderse, pero sí, se asume que la implementación de estrategias de comunicación lo asumen profesionales del área y revisten mayor integración de acuerdo a la política de la organización,

sus objetivos y metas a cumplir, a través del diseño sistematizado de programas o estrategias de comunicación organizacional.

Considerando los conceptos asociados a la comunicación interna y del sentido de pertenencia, la investigación tuvo la finalidad de determinar el nivel de asociación que tienen ambas variables, cuyo análisis descriptivo permitió un acercamiento al entorno laboral en que se desarrolla el proceso comunicativo interno, el flujo y la forma en que los mensajes llegan a sus destinatarios y de cuál es el nivel del sentido de pertenencia con la institución, en base a la información proporcionada por los colaboradores de la institución. Es conocido que las instituciones públicas del país, en función al Manual del Perfil para el Puesto y de las normas de la administración pública, tienen establecidos los requisitos mínimos para el acceso a los puestos laborales incluidos aquellos cargos calificados como de confianza. En tal sentido, la investigación involucró a los trabajadores nombrados del régimen del Decreto Legislativo N° 276, de los que se sumaron a la gestión del alcalde Julio Cajahuamán Quispe por designación mientras dure su permanencia como titular de la Municipalidad Distrital de Yanacancha en Pasco y a los que ostentan el *Contrato Administrativo de Servicios* (CAS) adscritos a la Ley 1057, que no tienen el estatus de *nombrado*, pero sí cuentan en un contrato indeterminado y cumplen distintas funciones en la estructura orgánica de esta municipalidad.

1.2. Delimitación de la investigación

1.2.1. Lugar del estudio

El estudio se desarrolló en la Municipalidad Distrital de Yanacancha, ubicada en la provincia y región de Pasco.

1.2.2. Tiempo de investigación

La investigación estuvo proyectada para ejecutarse entre los meses de agosto a octubre del año 2023. Debido a limitaciones por distintos factores, el acopio de información se actualizó en el mes de julio del año 2024. El tiempo

adoptado para el estudio se ciñe a lo establecido en el Art. 18° del Reglamento General de Grados Académicos y Títulos Profesionales de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión que prescribe:

La ejecución del trabajo de investigación, para el grado académico de bachiller o proyecto de tesis para el título profesional, tendrá un plazo mínimo de un mes y máximo de veinticuatro meses, a partir de la emisión de la resolución de aprobación del trabajo de investigación o proyecto de tesis. (p. 10)

1.2.3. Delimitación conceptual

Tomando como base los aportes de Maslow quien destacó que el hombre es un animal con deseos y que su conducta está dominada siempre por alguna necesidad bajo un esquema jerarquizado de preponderancias y, que una necesidad satisfecha ya no causa motivación, Huerta (2018), resalta que los dos primeros niveles de las necesidades y que corresponden a las necesidades básicas y de seguridad, son consideradas como materiales porque solo con un satisfactor tangible, el hombre puede sentirse satisfecho, mientras que los otros niveles como la necesidad de aceptación, de autoestima y de autorrealización, son necesidades psicológicas, creadas y satisfechas por el mismo individuo. Considerando tal premisa, se puede establecer que:

solamente el sentir o percibir una necesidad real como satisfecha puede hacer que la persona se sienta motivada, identificada y comprometida, convencida de que se ha creado un vínculo con la organización o con la persona que proporciona el satisfactor, y que está definido por la aceptación voluntaria de comportamientos, como resultado del análisis personales que tiene un individuo, derivado de un juicio valorativo interno donde las expectativas de los resultados esperados dependerán del alcance que vislumbren sus propias experiencias de vida. (Huerta 2018, pp. 89-90)

Este concepto refleja el sentimiento de satisfacción que asume un individuo, cuando percibe que sus necesidades materiales o psicológicas han sido satisfechas, de lo que se infiere que una organización como la Municipalidad Distrital de Yanacancha, puede lograr el sentido de pertenencia en sus trabajadores, siempre en cuando sus necesidades psicológicas principalmente, hayan sido motivadas y fortalecidas por la comunicación interna convertida en satisfactor promovida por sus directivos lográndose la plena identificación y el orgullo de pertenecer a la institución.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Qué relación existe entre la comunicación interna con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023?

1.3.2. Problemas específicos

- **PE 01:** ¿Qué relación existe entre el emisor de la comunicación interna con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023?
- **PE 02:** ¿Qué relación hay entre los flujos de la comunicación interna con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023?
- **PE 03:** ¿Qué relación existe entre las funciones de la comunicación interna con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023?
- **PE 04:** ¿Qué relación hay entre los canales de comunicación interna con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023?

1.4. Formulación de objetivos

1.4.1. Objetivo general

Establecer la relación existente entre la comunicación interna con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023.

1.4.2. Objetivos específicos

- **OE 01:** Determinar la relación existente entre el emisor de la comunicación interna con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023.
- **OE 02:** Establecer la relación que hay entre los flujos de comunicación interna con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023.
- **OE 03:** Establecer la relación existente entre las funciones de la comunicación interna con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023.
- **OE 04:** Determinar la relación que existe entre los canales de comunicación interna con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023.

1.5. Justificación de la investigación

Se considera importante la investigación, porque los resultados evidencian la relevancia de la comunicación interna que desarrollan los directivos en la Municipalidad Distrital de Yanacancha, con la generación del sentido de pertenencia a la institución por sus trabajadores.

Los hallazgos del estudio servirán para futuras investigaciones de similar naturaleza en el ámbito de las ciencias de la comunicación y especialidades afines.

1.5.1. Justificación teórica

El estudio aporta nuevos conocimientos teóricos sobre las variables estudiadas y por lo tanto, la municipalidad adquiere un buen sustento para el

fortalecimiento de su capacidad comunicativa que beneficie a la institución y consecuentemente, a la sociedad. Se debe tener en cuenta que muchos servidores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, iniciaron sus labores en el año 2023 con la nueva gestión edil y para el 2024 ya se sentían afianzados en sus puestos laborales con lo que alcanzaron su autorrealización y por ende, su orgullo y el sentido de pertenencia con la institución y no meramente por motivaciones políticas, sino por haber logrado satisfacer sus necesidades materiales y psicológicas.

1.5.2. Justificación práctica:

Por ser un estudio cuantitativo con diseño descriptivo-correlacional, la medición de la relación existente entre ambas variables, permite formular sugerencias prácticas para el fortalecimiento de la comunicación interna con el objetivo de generar el sentido de pertenencia en los trabajadores permanentes y temporales con su institución.

1.6. Limitaciones de la investigación

Los autores tuvieron dificultades de orden económico para la ejecución del estudio en el tiempo previsto en el cronograma, por lo que, el recojo de información se actualizó en el mes de julio del año 2024, sin que ello signifique alteración alguna en la información proporcionada a la investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

La investigación ha considerado una serie de documentos académicos que tienen relación con las variables estudiadas y que están alojados en los repositorios de las universidades nacionales e internacionales. De la amplia variedad de tesis de pregrado y posgrado alojadas en las bases de datos, se han considerado como antecedentes, las siguientes:

2.1.1. Antecedentes nacionales

Ramírez (2021), ha desarrollado una investigación con el objetivo de identificar la relación de la comunicación interna con el sentido de pertenencia en los empleados Del Instituto Nacional de Salud Mental “Honorio Delgado – Hideyo Noguchi”. Para el efecto empleó una metodología de investigación aplicada con enfoque cuantitativo. El diseño fue no experimental utilizándose la técnica de la encuesta con 27 ítems en una muestra de 268 unidades de la población de trabajadores del referido nosocomio. Los resultados dieron cuenta que existe una relación positiva entre el emisor de la comunicación interna y el sentido de pertenencia de los trabajadores de la entidad, evidenciado por el resultado del Rho de Spearman que arrojó un valor de $\rho = ,976$, indicador que existe una correlación positiva alta o fuerte, observándose un valor de significancia de 0,000, donde

$p < 0,05$. El estudio llegó a conclusiones secundarias como que existen una relación positiva alta entre los flujos de comunicación interna y el sentido de pertenencia, similar a la dimensión funciones de la comunicación interna y a los canales de comunicación interna, con el sentido de pertenencia de los trabajadores en la institución de salud estudiada.

Sandoval (2017), hizo un estudio titulado “Evaluación de la comunicación interna en la Municipalidad de Comas en mayo del 2017” para optar el título en Ciencias de la Comunicación. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo, básico con diseño descriptivo-simple con diseño no experimental, en una población de 318 trabajadores de la que se extrajo una muestra de 102 a través de ecuación para poblaciones finitas. La técnica empleada fue la encuesta con un instrumento de 33 ítems, que permitió describir las características de la comunicación interna en la referida municipalidad. De los resultados de la investigación se presenta como evidencias que el 49% de los trabajadores encuestados indicó que casi siempre el jefe utiliza un lenguaje apropiado para dirigirse a sus subalternos; un 23% aseguró que lo emplea siempre y un 22% algunas veces, con lo que se concluye que la comunicación interna que se desarrolla en la Municipalidad del distrito de Comas en Lima, presenta deficiencias que deben mejorarse, ello implica que la comunicación interna es una necesidad para el buen funcionamiento de la organización ya que cada persona necesita estar en un ambiente agradable para desarrollarse de la mejor manera.

Vera (2015), a través de una investigación se propuso como objetivo demostrar cómo influye la comunicación interna en el sentido de pertenencia de los colaboradores de la empresa L&S NASSI SAC, utilizando el método estadístico para el enfoque cuantitativo, de “método etnográfico: siendo esta también una investigación cualitativa...” (sic) además de haber utilizado los métodos inductivo, deductivo, analítico – sintético; con técnicas de investigación: observación directa; entrevista estructurada; conversaciones informales y una encuesta, cuyos

instrumentos fueron una libreta de campo; fichas de registro de observación; fichas de registro de entrevistas y un cuestionario aplicados en un universo muestral de 35 colaboradores de la empresa. Los resultados presentados a través de figuras sustentan la conclusión en que los acontecimientos cotidianos de la empresa, basados en la espontaneidad y la improvisación, afectan negativamente en el sentido de pertenencia de los colaboradores, los que manifiestan desánimo en el cumplimiento de sus actividades y de otro lado se determinó que el 88% de los trabajadores que se hallan en la adultez intermedia de entre 40 a 50 años de edad, desarrollan mejor su sentido de pertenencia, por el anhelado nombramiento en sus puestos laborales.

Cruz (2020), a través del estudio denominado “Relación entre marketing interno y el sentido de pertenencia laboral en docentes de una Universidad Privada de Lima” se propuso comprender cada una de las áreas del marketing interno asociadas con el sentido de pertenencia de los docentes de la Universidad Privada del Norte, utilizando para el caso, un enfoque cuantitativo con diseño no experimental y correlacional, seleccionando una muestra probabilística compuesta por 198 docentes de ambos géneros que prestan servicios en todas las facultades de la institución. Los instrumentos validados y fiables que utilizaron fueron el cuestionario de marketing interno de María Bohnenberger (2013) y el cuestionario de sentido de pertenencia laboral de Gerardo Herrera (2012). El estudio tuvo como resultados que el marketing interno tiene una relación significativa con el sentido de pertenencia laboral en nivel ($r = 0,76$), determinándose la existencia de relaciones significativas entre las diversas áreas del marketing interno con el sentido de pertenencia laboral, reportándose además que los análisis descriptivos ubican a las variables estudiadas en un nivel medio con respecto al total.

Gavidia & Gómez (2017), realizaron un diagnóstico de la comunicación interna en el personal administrativo de la Municipalidad Distrital del Santa a

través de una investigación univariable con enfoque mixto, de diseño descriptivo simple en la población de 72 trabajadores de la referida municipalidad, tomando una muestra por conveniencia del total de ellos en quienes aplicaron como instrumento de recojo de datos, un cuestionario de 17 preguntas mediante la técnica de la entrevista en profundidad. Los resultados del diagnóstico permitieron concluir que la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Santa es deficiente entre los funcionarios y los trabajadores, señalando adicionalmente que la comunicación entre trabajadores de diferentes áreas es mala y que el tipo de comunicación interna más usado es la escrita, mientras que la comunicación informal prevalece en los pasillos, caracterizada por críticas entre los propios trabajadores.

2.1.2. Antecedentes internacionales

Mediante un trabajo de investigación previo a la obtención del título de ingeniero de empresas de la Universidad Técnica de Ambato- Ecuador, Balarezo B. (2014), determinó que la comunicación organizacional interna tiene cierta incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive. El trabajo está relacionado con una empresa capacitadora en conducción de vehículos en el Ecuador y, se conoció que existe una deficiente comunicación organizacional interna lo que repercute de forma negativa en la coordinación de las actividades empresariales. La metodología de la investigación corresponde a un trabajo cualitativo y el acopio de información se hizo por medio de un cuestionario con preguntas abiertas complementada con información estadística, lo que ha permitido desarrollar un análisis más amplio de sus resultados concluyendo que debido a una mala gestión de la comunicación organizacional interna existe una baja productividad y escaso desarrollo de la empresa San Miguel Drive.

Brea (2014), en la Universidad de Murcia, España realizó una investigación con el objetivo de conocer las dimensiones y factores determinantes en el sentido

de pertenencia de estudiantes universitarios de Arquitectura en la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra del campus Santo Tomás de Aquino, por lo que optó por el estudio cuali - cuantitativo de tipo descriptivo no experimental, transeccional, utilizando métodos mixtos y la técnica de la triangulación de información para corroborar interpretaciones y hallazgos. De otro lado empleó la encuesta con un cuestionario con el que se exploró la experiencia de los estudiantes, midiendo el grado en que experimentan el sentido de pertenencia y la influencia de éstos en su desempeño académico y en la identificación con su escuela académica. Los resultados muestran que los sujetos de estudio muestran un sentimiento de identificación de las personas con un grupo o con el ambiente que incluye componentes afectivos y de compromiso que subyacen a tal identificación. El sentido de pertenencia se construye sobre la base de experiencias individuales y colectivas debido a la interacción del individuo con los demás del entorno y con los ambientes donde se desenvuelve, además que las dimensiones que las integran son la psicológica, afectiva – social, física y académica.

2.2. Bases teóricas - científicas

2.2.1. Teoría de la identidad social

La investigación se sustenta en la existencia de teorías que fundamentan su adecuado desarrollo y entre ellas, es ineludible tomar como referente del sentido de pertenencias la teoría de la identidad social propuestas por Henri Tajfel y John Turner en las décadas de 1970 y 1980, con la que se explica el comportamiento de personas en sus grupos sociales. Según García (s.f.) quien hizo un análisis de la teoría, ésta es el resultado de las propias experiencias de Tajfel como judío polaco durante la Segunda Guerra Mundial. De acuerdo a tales experiencias, la percepción personal y de los demás se forma en función de los grupos sociales, del contexto y entorno en los que se desenvuelve el individuo.

La teoría de la identidad social, determina que los individuos se esfuerzan por mejorar su autoestima modificando su percepción de la identidad y la

identidad social, terminando por asociarse con personas de similar comportamiento de lo que el autor pone como ejemplo que, si una persona quiere tener éxito en el baile, se asociará con personas que son exitosas en el baile y se distanciará de las personas que no tienen inclinaciones al baile.

El modelo propuesto por Tajfel se distingue porque tiene tres aspectos concurrentes a los que define como la “categorización social”, que es la tendencia de incluirse en un grupo de similares características, sean internos o externos. Tal división es ilusoria; sostiene el autor; porque destaca las similitudes y virtudes de un grupo y sobreestima las diferencias respecto a otros grupos. Al asignar categorías a las personas se adquiere información simplificada acerca de los otros del grupo, al tiempo que se descubren rasgos individuales al conocerse la categoría a la que se pertenece, asumiéndose finalmente el comportamiento apropiado, por similitud a las normas de los otros individuos del grupo al que se pertenece. Un individuo puede pertenecer a muchos grupos diferentes, por lo tanto, puede tener distintas categorías.

De acuerdo con Huerta (2018), y siguiendo un análisis al concepto de la pertenencia en su investigación “El sentido de pertenencia y la identidad como determinante de la conducta, una perspectiva desde el pensamiento complejo”, se ha logrado establecer que los individuos responden a necesidades materiales (básicas y de seguridad) y a necesidades psicológicas (de autoestima, aceptación y autorrealización). Las primeras necesidades requieren de satisfactores tangibles, mientras que las necesidades psicológicas, jerárquicamente consideradas de segundo orden, es las que el mismo individuo la crea, las cree y son satisfechas por él mismo y como tal:

solamente el sentir o percibir una necesidad real como satisfecha puede hacer que la persona se sienta motivada, identificada y comprometida, convencida de que se ha creado un vínculo con la organización o con la persona que proporciona el satisfactor, y que está

definido por la aceptación voluntaria de comportamientos, como resultado del análisis personal que tiene un individuo, derivado de un juicio valorativo interno donde las expectativas de los resultados esperados dependerán del alcance que vislumbren sus propias experiencias de vida (Huerta 2018, p. 90).

De tal tesis se postula que el individuo, como resultado de sus necesidades psicológicas, crea en su entorno el ambiente propicio para desarrollar o reforzar su sentido de pertenencia e identidad, estimulado por elementos cohesionados con sus necesidades y con las del grupo o institución a la que pertenece.

La identificación social: Teniéndose que las personas son sociables, se tiene que su pertenencia ha determinado grupo de personas, permite la adopción de una identificación con el grupo al que se sumó. Aquí, el concepto de sí mismo y de la propia imagen es una entidad moldeable, que cambia de acuerdo con los cambios dentro de los grupos. En otras palabras, la identidad propia se basa en los grupos a los que pertenecemos. Según esta premisa, una persona no tiene una identidad propia concreta, sino que tiene múltiples identidades que adopta en función de las circunstancias, y que tales identidades múltiples actúan para mejorar la autoestima en el individuo.

Comparación social: Según el análisis realizada por la autora, la etapa final de la adopción de identidad, es la comparación social. Una vez que el individuo se haya clasificado e identificado como parte de un grupo, tiende a comparar el grupo al que pertenece, con otros grupos, de lo que se desprende la característica social comparativa. Es obvio que los individuos del grupo buscan salir favorecidos en la comparación social, en el afán de tener su autoestima por encima de otros. En esta etapa de la identidad social, surgen las rivalidades, los prejuicios y la competencia.

En consecuencia, la identidad social es inherente al ser humano, porque todos necesitan construir una identidad social favorable, aunque en el proceso

comparativo de los grupos siempre se trata de lograr la superioridad frente a otros, lo que emocional y afectivamente, mejora la autoimagen y una identidad social positiva, frente a los que no lo pretenden así.

2.2.2. La comunicación interna

La comunicación interna es la que se canaliza en el interior de las organizaciones mediante la interacción de quienes las integran, es decir, la comunicación que se dirige entre directivos y empleados, por lo que es de importancia valorar al grupo humano que es el real activo de las instituciones, como señala Muñiz (2017) citado por Puyén (2024, p. 11).

En una mayoría de organizaciones sean de tipo estatal o privada, tienden a descuidar la comunicación que deben desplegar hacia sus públicos internos (trabajadores y colaboradores) y más bien, buscan “marketear” a nivel externo utilizando para tal efecto los medios a su alcance con el fin de mejorar su relación empresa – cliente o usuario. La comunicación interna, llamada así porque involucra a los funcionarios o directivos de la organización con sus trabajadores con quienes debe interrelacionarse muy frecuentemente utilizando distintos medios, es materia de permanente análisis actual, debido a la importancia que se ha derivado del fracaso experimentado en la permanencia de estas organizaciones que oportunamente no pudieron afrontar la satisfacción y confort que requerían sus trabajadores.

Es así que Montes, Ayala y Barros (2022) citando a Verčič et al., (2012), refiere que la comunicación interna es definida como la función integradora que se emplea en la difusión de información como parte de la “gestión de las áreas de comunicación, recursos humanos y marketing”, además que es considerada como sinónimo de comunicación intraorganizacional mientras que de acuerdo con Dolphin (2005), citado en el mismo artículo, “la comunicación interna es la que se da entre los líderes y los colaboradores, que son uno de sus públicos más importantes (p. 5).

Tomando como premisa que la comunicación interna debe ser una actividad natural en las organizaciones de cualquier tipo, ésta debe ser gestionada de manera óptima y a cargo de personas que tienen preparación profesional en el campo de las comunicaciones, tendiendo generalmente que se implementen las áreas de relaciones públicas o de imagen institucional o comunicación corporativa, en quienes recaería la principal responsabilidad de desarrollar procesos constructivos de identidad e imagen de manera profesional a través de diferentes técnicas, estrategias, medios y sistemas de comunicación.

Según el Manual de Comunicación Interna de Aced, et al. (2021), la comunicación interna es aquella “que se dirige a los públicos internos de la empresa y tiene por objetivo responder a sus preocupaciones y necesidades de información y de motivación” (p. 16), a lo que se debe incluir las definiciones argüidas por otros autores como que esta comunicación interna, debe ser gestionada en una orientación motivadora hacia el público interno, con la finalidad de crear un sentido de pertenencia en el empleado con su institución, cuyos resultados se subsumen en una mejor productividad en favor de la empresa o institución pública, añadiéndose que una comunicación interna bien aplicada, permite fortalecer las bases de la relación entre los miembros de la empresa, su cultura corporativa y la identidad organizacional.

Funciones de la comunicación interna: Sobre las funciones que pretende cumplir la comunicación interna en las organizaciones, los conceptos son diversos. Para la Asociación Francesa de Comunicación Interna, según Castillo (2010), se orientan hacia la investigación del clima social de la organización, con la finalidad de anticiparse a ciertas disfunciones creando un intercambio de opiniones para la mejora del clima laboral. Otra de las funciones que cumple la comunicación interna se basa en la orientación de los cometidos organizativos a través de la comunicación interna, además de informar a los públicos internos para dar respuesta a las necesidades de información.

El autor señala que la comunicación interna debe promover la participación y coordinación entre los colaboradores como otra de sus funciones; asimismo se encarga de la organización de campañas de comunicación interna con la posterior evaluación de sus efectos resultantes y la formación de los responsables de la comunicación interna.

Otro concepto que utiliza el autor y señalando a Álvarez y Caballero (1997: 105) estima que las funciones de la comunicación interna sirven para “dinamizar el entramado social de la entidad, dotándolo de una capacidad de acción, una identificación con la dirección, y logrando canalizar las energías interiores de cada uno de los integrantes para una mayor eficacia y competitividad” (p. 127).

De otro lado, Zapata (s.f.), en su blog personal establece cinco funciones que cumplen los responsables de la comunicación interna según la naturaleza de la organización, la cantidad de trabajadores y de sus recursos, además que dependera de las circunstancias de cada empresa, de sus prioridades y del personal de apoyo. Las funciones que distingue la consultora en comunicación interna son: función integradora, informativa, preventiva, colaborativa y función evaluadora.

La función integradora de la comunicación interna que asume el responsable en la organización, está relacionada a la optimización de la cohesión de sus colaboradores orientada a mejorar su sentimiento de pertenencia, fomentando sus valores individuales en base a un diagnóstico del clima laboral y de los objetivos que persigue la empresa. Las actividades sociales como los festejos, aniversarios o reuniones en fechas importantes con participación de los trabajadores, son necesarias para hacerles sentir orgullosos de pertenecer a la entidad.

La función informativa por su lado, está destinada a mejorar la escucha a los trabajadores y al entendimiento entre las diferentes áreas, impulsando la calidad de los procesos productivos. En esta finalidad se gestiona la comunicación directa e indirecta para detectar oportunidades y necesidades, seleccionando la

información necesaria sobre las actividades de la empresa, de sus proyectos, resultados y del entorno de interés.

El diseño de políticas, manuales y estrategias de comunicación son parte fundamental de esta función, por lo que en la comunicación interna se proponen, diseñan y evalúan los planes de comunicación adecuados mediante los canales tradicionales que se siguen empleando y los digitales que introdujo el avance tecnológico de la presente época, por lo que es común que las organizaciones tengan en las redes sociales y plataformas virtuales, canales de información para sus públicos interno y externo.

La prevención es otra de las funciones que asume el responsable de la comunicación interna y está destinada a prevenir las posibles crisis que afectarían a la empresa, sean de carácter laboral, de producción de servicios, de identidad o simplemente los conflictos que incluso, pueden surgir por desavenencias internas entre los servidores. Este acto preventivo debe culminar con la gestión de soluciones para optimizar el clima laboral y la funcionalidad de la organización, por lo que el responsable debe generar planes y protocolos de acción para prevenir los conflictos internos y lograr el entendimiento de las personas, grupos o sectores afectados bajo una proyección de liderazgo organizacional.

La función colaborativa de la comunicación interna, se basa en la creación de espacios de encuentro y acercamiento entre las personas y las áreas de trabajo, buscando la sensibilización antes de acciones impositivas. Esta actividad requiere promover una cultura de colaboración e innovación, creando conciencia de responsabilidad compartida y de las buenas relaciones humanas.

En esta responsabilidad, una colaboración interna como tal, permite el trabajo en equipo y de cooperación mutua a través del concurso de personas de diferentes áreas y con diferentes perfiles, bajo un esquema de resultados de calidad laboral de alto rendimiento con creatividad, innovación y solución de problemas,

fundamentado en una cultura de estímulo al trabajo por resultados.

Función evaluadora: En la comunicación interna es preciso desarrollar un plan de seguimiento a las actividades y proyectos ejecutados para conocer el impacto generado, así como para proponer las mejoras de errores que pudieran afectar el proceso de la comunicación. Es necesario cuidar la eficacia de los canales oficiales de comunicación, los mensajes transmitidos y la respuesta de los implicados. La evaluación implica también, dependiendo del tamaño de la organización, realizar encuestas de satisfacción del clima laboral, de la producción y productividad y del impacto de las acciones realizadas.

En oportunidades es necesario distinguir las métricas alcanzadas en las cuentas de los canales digitales de comunicación interna, la retroalimentación a los mensajes y los efectos que pudieran derivarse del uso de redes sociales o intranet y del material impreso como boletines, esquelas de saludo, murales, foros o charlas. El seguimiento y evaluación de resultados permitirá desarrollar de menor manera la comunicación a través de los canales de comunicación internos activos (Zapata, s.f.).

Emisor de la comunicación interna: El concepto científico sobre el emisor en la comunicación se centra en el papel que juega el emisor en el proceso comunicativo dentro de una organización. Esta teoría sugiere que el emisor es responsable de la claridad, efectividad y adecuación del mensaje que se transmite a los receptores, quienes forman parte del entorno interno de la empresa. Una de las teorías relevantes en este ámbito es la teoría de la comunicación interpersonal, que resalta la importancia del emisor en la codificación del mensaje, es decir, en cómo se elige el contenido, el tono, el lenguaje y los canales de comunicación más apropiados para llegar a los receptores.

Berlo, David K. (1960), en *“El proceso de la comunicación”*, distingue los elementos que intervienen en el acto comunicativo al que llama *proceso*, introduciendo las definiciones relacionadas al *encodificador* y *decodificador*, de

tal modo que el individuo que *encodifica* el mensaje y lo transmite es el *emisor*, lo que implica que la efectividad de la comunicación depende significativamente de las habilidades y la intención del emisor y de la capacidad de *endodificación* que realice. Para una comunicación interna eficaz, es esencial que los emisores sean conscientes de sus métodos, medios y estrategias de comunicación, así como de su impacto en los receptores dentro de la organización.

En consecuencia, el emisor de la comunicación sea interna, externa, endógena o exógena, es la persona, grupo o entidad que elabora o *encodifica* el mensaje y lo envía a otro individuo o grupo, conocido como receptor. En el proceso de la comunicación, el emisor es responsable de codificar la información que desea transmitir, eligiendo las palabras, símbolos o señales adecuadas para que el mensaje sea comprendido a plenitud por el receptor, de ahí que el uso de códigos no convencionales dificulta o genera barreras en el acto comunicativo. Es entendible por lo tanto que, el emisor juega un papel crucial en la comunicación, ya que su estilo, tono, contexto y forma de expresar el mensaje pueden influir en cómo se interpreta y recibe el mensaje. La comunicación efectiva depende no solo de un emisor claro y conciso, sino también de la capacidad del receptor para descifrar y comprender el mensaje enviado.

Figura 1

El proceso de la comunicación según Berlo, David K.



Flujos de comunicación interna: Los flujos en la comunicación interna se refieren a la manera en que la información, mensajes y datos circulan dentro de una organización. Esta comunicación puede tener diferentes direcciones y formas y es fundamental para el funcionamiento efectivo de cualquier empresa, grupo o institución. El flujo de la comunicación interna según Montes, Ayala y Barros (2022), se clasifican en horizontal y vertical. La primera cuando se ejecuta entre los colaboradores de la organización que tienen un mismo nivel jerárquico y la segunda, cuando la comunicación se dirige de arriba hacia abajo o viceversa según el nivel jerárquico laboral de lo que se aclara: “cuando la comunicación vertical es de arriba hacia abajo se transmiten decisiones y regulaciones para el funcionamiento de la organización. Cuando la comunicación vertical es ascendente, es cuando se recibe retroalimentación por parte de los colaboradores” (p. 6).

El concepto sobre la comunicación descendente, permite distinguir que en este caso el mensaje se dirige desde los niveles jerárquicos superiores hacia los inferiores e incluyen disposiciones de la dirección, políticas de la organización, decisiones y directrices que deben ser comunicadas a los empleados en la organización. Por ejemplo, un gerente puede informar a su equipo sobre un nuevo proyecto o cambios en la estrategia de la empresa.

La comunicación ascendente por su lado, es el flujo que se genera en los trabajadores y se dirige hacia los niveles superiores hasta la alta dirección. Permite que las preocupaciones, sugerencias e ideas de los trabajadores lleguen a los superiores, generalmente a través de informes y solicitudes.

El flujo horizontal, está referido a la comunicación que se establece entre los mismos trabajadores de la empresa, colegas o departamentos del mismo nivel jerárquico. Este tipo de comunicación es importante para la colaboración y el trabajo en equipo, ya que permite el intercambio de información y recursos.

Otras formas del flujo de la comunicación interna se conocen como el flujo diagonal, que es un tipo de comunicación que trasciende las barreras jerárquicas y departamentales, permitiendo que la información fluya entre diferentes niveles y áreas de la organización, además de los flujos informales, caracterizada por el empleo de correos electrónicos y últimamente el WhatsApp o reuniones programadas. En este caso, también existen canales informales de comunicación, como conversaciones casuales o interacciones en redes sociales internas, que pueden influir en la cultura y el clima organizacional. La gestión efectiva de estas formas de comunicación interna es crucial para mantener la transparencia, motivar a los empleados, facilitar la colaboración y fomentar un ambiente de trabajo saludable (Economía de la empresa, 2021).

Canales de comunicación interna: Según Verderber (2005) citado por Collantes y Tenorio (2015), un canal es una ruta sensorial utilizada para transmitir mensajes (...) por lo que se afirma que:

las personas pueden comunicar utilizando cada uno de los cinco canales sensoriales; pues el medio por el cual se envían estos mensajes se denomina canal, que tiene la función de brindar todo tipo de información, esclarecer rumores y motivar al personal en su trabajo para fomentar la participación e integración en todas las actividades de la organización (p. 49).

La investigación señala además que los canales de comunicación interna se dividen en mediatizados y directos. Los primeros son los que se soportan en la tecnología para transmitir de forma inmediata la información, mientras que los directos, son los que tienen soporte en la capacidad y habilidad individual para comunicarse con otras personas cara a cara, contribuyendo a la promoción, coordinación y al logro de tareas productivas de la organización. Los autores refieren que los canales de la comunicación interna en una organización, se

caracterizan según su naturaleza y se dividen en tres tipos aludiendo a Cedaro (2007), siendo los orales, escritos y tecnológicos (Collantes y Tenorio 2015, p. 49).

En resumen, entre los canales de la comunicación interna predomina el oral y naturalmente es el que interrelaciona con inmediatez a los miembros de una organización, desde un simple saludo hasta las reuniones extensas de trabajo. El canal de comunicación oral es de ejercicio diario, sea a través de los flujos descendentes cuando se imparten órdenes habladas desde jerarquías superiores hacia los inferiores; o ascendentes, cuando se deben hacer pedidos o elevar informes desde los empleados hacia los jefes y en el flujo horizontal de comunicación interna, donde fluye el habla prescindiéndose de la comunicación escrita.

Los canales escritos se distinguen porque es a través de los memorandos, solicitudes, informes, oficios u otros documentos que contienen mensajes codificados, fluye la comunicación interna en la organización. La comunicación por canales escritos suele tener importancia porque permite tener un registro permanente, tangible y verificable de lo comunicado. El canal escrito de la comunicación interna, exige a las personas a consignar sus mensajes con mayor claridad y precisión, además de estar elaboradas con demanda de más tiempo en comparación con los canales orales, aunque en este caso, la retroalimentación no es instantánea como suele ocurrir en la oralidad.

Los canales electrónicos por su lado, son aquellos que se utilizan cada vez con mayor incidencia. No es ajeno el uso de medios electrónicos para circular mensajes a través de circuitos cerrados de televisión, videoconferencias, exposiciones multimediales y mediante las tecnologías vinculadas a Internet. Sin duda, en la actualidad los canales electrónicos tienen una mayor utilización en las organizaciones debido al auge de la tecnología digital, por lo que se hizo común el empleo de las redes sociales a través de canales electrónicos entre el personal de las empresas, para compartir información escrita u oral inmediata a través de los

correos electrónicos, redes sociales o aplicativos, donde el uso del smartphone, la tableta, lap top y computadoras, es de prioridad institucional.

Los canales de comunicación interna oral, escrita y electrónica, forman parte de dos grandes grupos de canales: los tradicionales y tecnológicos. En el primer grupo se ubican los canales que tienen soporte en el papel impreso, los periódicos murales, paneles, la televisión de circuito cerrado, altoparlantes, etc., que gradualmente van quedando relegados para dar paso al segundo grupo tecnológico compuesto por los medios digitales: WhatsApp, Intranet, u otras plataformas de interacción digital que las empresas ponen al servicio de sus públicos interno o externo. La principal característica que tienen los canales tecnológicos es su bidireccionalidad y la retroalimentación se establece en la mayoría de los casos de forma inmediata y puede incluso, ser grupal, donde el empleo de la Web 2.0 permite el diálogo entre los distintos actores, con el uso de diferentes herramientas en un mismo canal.

Los canales tradicionales que aún son de uso común especialmente en personas mayores y los tecnológicos deben adaptarse a la cultura de la organización ya que todos requieren de una adecuada atención e implementación, entendiéndose que “ningún canal de comunicación es inocuo por lo que debe planificarse su instalación, monitoreo y evaluación (p. 53).

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. Comunicación interna

Según el portal NAL3 (2021) la comunicación interna es la que se desarrolla en el público dentro de la organización, es decir, la ejercida entre los trabajadores y empleados de cualquier rango de la organización. Se conoce que se le dio importancia desde que las empresas requerían motivar a su equipo humano, integrarlos y hacerles partícipes con los fines de la empresa. La comunicación interna, trata de fortalecer la relación entre la empresa y sus trabajadores, entendiéndose que un trabajador motivado, aporta sus cualidades a favor de la

empresa haciéndola más competitiva y eficiente.

2.3.2. Flujos de comunicación

Según el portal Zendesk (2024), se llaman flujos de comunicación interna a las que se establecen de manera ascendente, descendente y horizontal entre directivos, empleados, funcionarios o autoridades de una organización y se caracterizan porque son aquellas “formas en cómo la información, ideas y conocimiento se transmiten entre los diferentes niveles y áreas de una empresa y son fundamentales para el buen funcionamiento” (párr. 1).

2.3.3. Comunicación ascendente

Esta definición destaca el flujo desde los niveles inferiores hacia los superiores, donde la información se comparte entre el colaborador y sus superiores inmediatos y es común en las empresas con un modelo de gestión vertical, donde se reportan los resultados a los supervisores, gerentes o directores.

2.3.4. Comunicación descendente

La comunicación descendente se caracteriza porque el flujo de los mensajes se generan jerárquicamente en los niveles superiores hacia los inferiores e igualmente es propia de la comunicación vertical. En tal caso, el personal recibe instrucciones, normas, metas a cumplir, u otra información laboral diaria de arriba hacia abajo.

2.3.5. Comunicación horizontal

El flujo horizontal de comunicación se realiza en los mismos niveles jerárquicos de una organización y tiene el objetivo de establecer metas comunes para trabajar en sintonía para alcanzarlas, destacándose que un “buen flujo de información aumenta la productividad en el interior de las empresas, mientras que una comunicación mal gestionada provoca la descoordinación de los equipos, barreras en la colaboración e incluso un aumento de las quejas de los clientes (Zendesk 2024, párr. 3).

2.3.6. Funciones de la comunicación interna

Respecto a las funciones de la comunicación interna, Tamayo (2020) en su artículo “*Comunicación interna, clima organizacional y satisfacción laboral: una reflexión necesaria*”, resalta que la comunicación interna precisa de ciertas funciones esenciales como el acto de investigar, cuya finalidad debe estar orientada a la propuesta de una política de escucha del clima social de la organización para contribuir a la toma de decisiones apropiadas. Otra función que asigna la autora al proceso de comunicación interna es la orientación para contribuir al logro de la capacidad de escucha y sensibilización sobre los distintos aspectos de la empresa.

En realidad, lo que no debe descuidarse es el intercambio de la información que debe fluir de manera óptima entre los empleados, quienes recogen y distribuyen la información “logrando con esto coordinar flujos de comunicación e integrar a los empleados en una red que además favorecerá el sentido de pertenencia” (p. 214-215).

2.3.7. Canales de comunicación

Según Blas (2023), la llegada de internet ha cambiado el modelo clásico de la comunicación, por lo que sugiere tener presente qué aspectos debemos manejar a la hora de planificar las acciones comunicativas en una organización, ya que los canales de comunicación son el soporte mediante los cuales se transmite el mensaje desde el emisor hasta el receptor, pudiendo circunscribirse a nivel interno en documentos administrativos circulares, internet, teléfono, e-mail, mensajes de texto, entre otros. Los canales de comunicación interna son la base de la comunicación dentro de la organización, siendo los formales o informales a través de los cuales se produce la comunicación en una empresa. Es pertinente contar con una variedad de canales de comunicación para mejorar la información interna, debido a que los empleados trabajan en entornos diferentes: detrás de un escritorio, en el campo o desde la calle donde se hallan en contacto con otra gente

o lo hacen remotamente desde la casa.

2.3.8. Sentido de pertenencia

De acuerdo con Aced, et al. (2021), el sentido de pertenencia está ligado el orgullo de pertenecer a un grupo, lo que contribuye al fortalecimiento de la identidad que es uno de los objetivos principales de la comunicación interna. La satisfacción que siente una persona al sentirse parte de una comunidad, se expresa en sus actitudes que generan, finalmente un compromiso con ese colectivo al cual pertenece.

El sentido de pertenencia es un activo fundamental en las organizaciones, un trabajador que se siente identificado y comprometido con la institución, brindará un mejor desempeño laboral y para que el empleado sienta orgullo de pertenencia deberá ser valorado y apreciado por los directivos, debiendo conocer la realidad de su organización para aportar acciones en el logro de los objetivos corporativos.

2.3.9. Identidad corporativa

La identidad corporativa es el conjunto de características centrales, perdurables y distintivas que identifican a una organización y la diferencian de otras de su entorno (Capriotti, 2009). La identidad es el ADN de la organización y es imprescindible tenerla bien clara antes de empezar a comunicarse con los públicos de interés. Depende de la organización, que es la encargada de definirla y proyectarla entre sus públicos para conseguir que estos se formen una buena imagen de ella. La identidad corporativa está formada por la filosofía corporativa y la cultura corporativa. La filosofía corporativa son los principios sobre los que se asienta la organización y está constituida por tres elementos: la misión, visión y los valores corporativos (Ibidem, pp. 23-24).

2.4. Formulación de hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

La comunicación interna tiene una correlación positiva moderada con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023, de tal manera que, a mejor efectividad de la comunicación interna, aumenta el sentido de pertenencia de los empleados hacia la organización.

2.4.2. Hipótesis específicas

- **HE 01:** Existe una correlación positiva moderada entre el emisor de la comunicación interna y el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023.
- **HE 02:** Existe una correlación positiva moderada entre los flujos de la comunicación interna y el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023.
- **HE 03:** Las funciones de la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Yanacancha tienen una correlación positiva moderada con el sentido de pertenencia de los trabajadores.
- **HE 04:** Los canales de comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Yanacancha, tienen una correlación positiva moderada con el sentido de pertenencia de los trabajadores en el año 2023.

2.5. Identificación de variables

- **Variable 1:** Comunicación interna
- **Variable 2:** Sentido de pertenencia

2.6. Definición operacional de variables e indicadores

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Reactivos	Escalas de medición
VARIABLE 1: Comunicación interna	Romero (2021) señala que la función de la comunicación interna en una organización fortalece las bases de la relación entre autoridades, funcionarios y trabajadores, la cultura corporativa y la identidad organizacional.	La variable 1, comunicación interna, fue medida con un cuestionario de 15 preguntas, con la escala politómica de Likert de cinco escalas.	Emisor de la comunicación interna	01, 02, 03, 04 y 05.	Ordinal Escala de actitud: Likert 1) Nunca 2) Casi nunca 3) A veces 4) Casi siempre 5) Siempre
			Flujos de comunicación	06, 07 y 08.	
			Funciones de la comunicación.	09, 10, y 11.	
			Canales de comunicación.	12, 13, 14, y 15.	
VARIABLE 2: Sentido de pertenencia	Aced, Et al (2021) fundamentan en que el sentido de pertenencia es uno de los objetivos principales de la comunicación interna.	La variable 2, sentido de pertenencia, ha sido medida con el mismo cuestionario con 12 ítems en la escala de medición politómica de Likert para todas sus dimensiones.	Compromiso	16, 17 y 18	Ordinal Escala de actitud: Likert 1) Nunca 2) Casi nunca 3) A veces 4) Casi siempre 5) Siempre
			Identidad	19, 20, 21 y 22	
			Motivación.	23, 24, 25, 26 y 27.	

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

La investigación es básica, debido a que se desarrolló con la finalidad de contribuir al cuerpo intelectual de conocimientos ocupándose de la generalización de una teoría en una rama del conocimiento, siendo su propósito generar datos que confirmen o refuten las hipótesis del estudio.

3.2. Nivel de investigación

El estudio tiene alcance descriptivo - correlacional, nivel en el que se describen las variables en su estado al momento de la intervención, teniéndose presente que el orden de las variables es arbitrario, siendo importante la determinación del grado de asociación existente entre sus variables.

3.3. Métodos de investigación

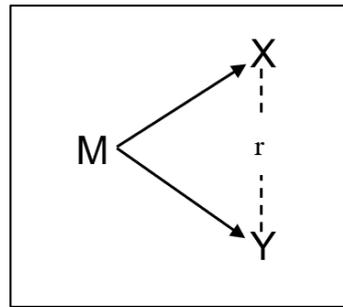
Si el objetivo del estudio fue determinar el nivel de relación existente entre dos variables, los métodos de estudio empleados fueron el hipotético - deductivo como métodos generales y el descriptivo – analítico como métodos específicos para el estudio de enfoque cuantitativo no experimental.

El método hipotético – deductivo, es utilizado en la investigación científica para formular y probar hipótesis, partiendo de observaciones generales hacia los específicos, deduciéndose los resultados de manera estructurada y lógica,

fundamentada en el logro del conocimiento científico en diversas disciplinas.

3.4. Diseño de investigación

El diseño que se aplicó en la investigación fue el correlacional no experimental, encargado de abordar el grado de asociación existente entre las variables 1 – 2. El diseño se esquematiza de la siguiente forma:



Donde:

M: es la muestra de investigación

X: es la variable 1

Y: es la variable 2

r: es la relación entre ambas variables

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

La población para el estudio fue de 44 servidores, según el reporte del área de Recursos Humanos de la Municipalidad Distrital de Yanacancha para el año 2023, compuesta por 15 servidores pertenecientes al régimen laboral del Decreto Legislativo 276 y de 29 servidores adscritos a la Ley 1057, que regula el régimen especial de contratación administrativa de servicios, (CAS)

3.5.2. Muestra

Debido a que la población es pequeña, se ha considerado y observado a todos los individuos de la población laboral con la intención de tener mayor información en toda ella. La muestra compuesta por toda una población es conocida como “muestra censal o muestra poblacional”. La encuesta fue aplicada

al personal nombrado y contratado entre varones y mujeres de los regímenes 276 y CAS que prestan sus servicios en la entidad municipal, con un mínimo de seis meses de permanencia.

▪ **Criterios de inclusión**

- Personal nombrado bajo el amparo del Decreto Legislativo 276, conocido como la ley de la carrera pública administrativa.
- Trabajadores que prestan servicios por la modalidad del Contrato Administrativo de Servicios (CAS), que gozan de los beneficios y obligaciones que establece el Decreto Legislativo N° 1057 y su reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 075-2008-PCM.

▪ **Criterios de exclusión**

- Trabajadores eventuales por distintas modalidades de contrato
- Servidores con menos de seis meses de labores
- Locadores de servicios

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La recolección de información se hizo con una encuesta como técnica de investigación, considerada como idónea para las investigaciones cuantitativas. Los instrumentos fueron dos cuestionarios que fueron aplicados en la investigación *“La comunicación interna y el sentido de pertenencia en los colaboradores de un instituto nacional de salud mental de Lima durante el 2021”* y adaptados para la presente investigación con 15 ítems para la variable 1 y 12 para la variable 2, seccionados con sus correspondientes dimensiones en escala ordinal politómica tipo Likert.

Los cuestionarios fueron respondidos por el personal del régimen laboral 276 y del CAS con permanencia indeterminada que accedieron a participar en la investigación, siendo abordados en las oficinas de la Municipalidad y en la sala de reuniones previa coordinación con el jefe de la Oficina de Imagen Institucional que dirige el Lic. Franklin Joel MILLA ALMERCÓ. Para la investigación se utilizaron

las siguientes técnicas e instrumentos:

TÉCNICA	INSTRUMENTOS	DATOS QUE SE OBSERVARON
Encuesta que se aplicó a los servidores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco, de los regímenes del Decreto Legislativo 276 y de la Ley N° 1057, Contrato Administrativo de Servicios (CAS)	▪ Cuestionario para medir la V1 : Comunicación interna. (15 ítems)	Con la aplicación de ambos instrumentos, se acopiaron los datos para el análisis e interpretación sobre la relación entre ambas variables en investigación.
	▪ Cuestionario para medir la V2 : Sentido de pertenencia. (12 ítems)	

3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

3.7.1. Validación del instrumento:

Según Ramirez (2021), pp. 72-73, los instrumentos fueron validados por los expertos de relaciones públicas y comunicación:

Validez del cuestionario

N°	Apellidos y nombres del experto:	Grado académico	Dictamen
01	RUIZ CRUZ, Jorge Luis	Doctor	Aplicable
02	LAZCANO DÍAZ, Miguel Ángel	Magíster	Aplicable
03	SCHMIDT URDANIVIA, Johana Sonia	Magíster	Aplicable

El instrumento fue sometido a la prueba de coeficiente de validez con la V de Aiken empleando la fórmula:

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

Teniéndose como resultado:

$$V = 0,95$$

Al respecto, Hernández, et al. (2014) indican que “la validez se refiere al grado que un instrumento realmente mide la variable que pretende someter a medición; de la misma manera, puede tener diferentes tipos de evidencia relacionadas al contenido, al criterio y al constructo” (p. 201).

3.7.2. Confiabilidad del instrumento

Según Hernández, et al (2014), los niveles de confiabilidad que distinguen a los instrumentos elaborados para investigaciones, están determinados a través de los siguientes valores:

Niveles de confiabilidad

Valores	Nivel
De -1 a 0	No confiable
De 0.01 a 0.49	Baja confiabilidad
De 0.05 a 0.75	Moderada confiabilidad
De 0.76 a 0.89	Fuerte confiabilidad
De 0.90 a 1.00	Alta confiabilidad

Adaptado de Hernández, et al (2014)

Para la investigación:

La fiabilidad de los instrumentos fue determinada con el Alfa de Cronbach procesada por el SPSSv26, teniéndose como resultado que la encuesta para medir la variable 1 *comunicación interna* arrojó una fuerte confiabilidad con un índice de ,877 mientras que para la variable 2 *sentido de pertenencia*, se tuvo un índice de ,908 cuyo valor corresponde a una alta confiabilidad; con lo que se demuestra que los instrumentos son muy fiables para ser aplicados en la investigación, cuyos resúmenes se presentan a continuación:

ALPHA DE CRONBACH

V1 Comunicación interna

Escala: Comunicación interna

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	44	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	44	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,877	15

V2 Sentido de pertenencia

Escala: Sentido de pertenencia

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	44	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	44	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,908	12

3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

El procedimiento para el análisis de datos se hizo a través de la tabulación en la hoja de cálculo Excel. Esta data fue transferida al paquete estadístico para las ciencias sociales SPSS V-26 para el análisis descriptivo; mientras que el análisis

inferencial se hizo con el coeficiente Rho de Spearman, lográndose los histogramas relacionados a las variables y sus dimensiones en estudio y la contrastación de las hipótesis, respectivamente.

Nº	ESTADÍGRAFOS	FÓRMULAS ESTADÍSTICAS	FIGURAS
Ítems	Para los descriptivos se empleó el SPSS v26 y para las inferencias, el coeficiente Rho de Spearman.	<p><u>Análisis descriptivo simple:</u> Presentación en tablas de frecuencia y figuras</p> <p><u>Análisis inferencial:</u> con la contrastación de las hipótesis e interpretación de los resultados y conclusiones.</p>	Resultado del SPSS v26

Según Hevia (2001), “el análisis de los datos se realiza luego de haber aplicado el instrumento y de la recolección de los datos materia de la investigación; el análisis se efectúa con el propósito de dar respuesta a los objetivos que se persiguen en la investigación”.

Las hipótesis de investigación se contrastaron con el coeficiente Rho de Spearman, con el que se determinó el nivel de concurrencia de las suposiciones en la escala de valores estandarizada aplicándose el siguiente procedimiento: a) Formulación de las hipótesis alternas o de investigación y las hipótesis nulas; b) Selección del estadístico de prueba de hipótesis; c) Identificación de la escala de valores del coeficiente Rho de Spearman; y d) Interpretación en función al resultado obtenido para ver si se rechaza o se aceptan las hipótesis nulas.

3.9. Tratamiento estadístico

3.9.1. Preparación de datos

Los datos acopiados con los instrumentos de la encuesta, fueron tabulados

y sistematizados empleando la hoja de cálculo Excel. Luego fueron transportados al Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS v-26) vigésima sexta versión, lográndose determinar el nivel de relación entre la variable 1, *comunicación interna* y la variable 2, *sentido de pertenencia* existente en la población estudiada, además de la asociación existente entre las dimensiones de la variable 1 y la variable 2.

3.9.2. Tipo de análisis

La investigación siguió los procedimientos del análisis cuantitativo. La data tabulada manualmente en la hoja de cálculo Excel, fue transferida al SPSS v-26, con el que se tuvieron resultados estadísticos descriptivos. El resumen de los hallazgos se presenta en tablas y figuras que muestran datos y cifras porcentuales según las normas APA 7^a edición.

La prueba de hipótesis se sustenta con el análisis inferencial de la estadística mediante el coeficiente Rho de Spearman con el que se establecen los niveles de relación existentes entre las variables y dimensiones en estudio cuyos resúmenes se presenten en las tablas correspondientes. Con las hipótesis contrastadas estadísticamente se responden los problemas de investigación alcanzándose de tal modo los objetivos planteados en la investigación que a la vez, contribuyen a la formulación de recomendaciones.

3.10. Orientación ética filosófica y epistémica

En la investigación desarrollada se han respetado los derechos de autoría de las fuentes de consulta sean electrónicas o físicas. Las citas y referencias responden a las normas que rige el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión y al estilo de la American Psychological Association (APA) séptima edición.

Debido a que la aplicación de instrumentos se realizó en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha y todos ellos son mayores de edad, no se requirió un consentimiento por escrito. A los colaboradores se les explicó el

objetivo del estudio, orientándoles la forma cómo deben resolver la encuesta a lo que accedieron favorablemente.

De otro lado, en virtud a la resolución del Consejo Directivo de la SUNEDU N° 174-2019-SUNEDU/CD, para no contravenir lo dispuesto en sus artículos 20°, 21° y 22°, sobre las observaciones, retiro y cancelación de las tesis o trabajos de investigación plagiados, los autores suscriben la declaración jurada de autenticidad del estudio, las que se presentan en el anexo 4 del presente informe.

La orientación epistémica de la investigación está basada en el paradigma positivista, cuyo enfoque cuantitativo consiste en la medición de las variables y dimensiones que se estudian, además que el método para llegar al conocimiento científico en el campo de la epistemología, es el hipotético – deductivo que comprende a ambas variables de estudio, teniéndose que las hipótesis se han verificado a través de los resultados de la investigación previa a su correspondiente contrastación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo

La aplicación de los instrumentos de acopio de información se hizo previo el consentimiento verbal emitido por el señor Irmer Herminio PALACIOS PANEZ, gerente municipal de la Municipalidad Distrital de Yanacancha. Con la autorización expresada a los trabajadores de los regímenes 276 y 1057 (CAS) que en muchos casos son permanentes, se procedió a explicarles el motivo y objetivo de la investigación, como parte de la formación profesional en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. Por encargo del señor Gerente Municipal, se hicieron las coordinaciones con el jefe de la Oficina de Imagen Institucional de la Municipalidad, para guiar el trabajo de campo y la visita a las distintas oficinas administrativas.

Las encuestas se hicieron durante la primera semana de agosto del 2024 al primer grupo de servidores adscritos al régimen laboral por contrato administrativo de servicio (CAS) regulado mediante el Decreto Legislativo N° 1057, algunos de los 29 encuestados en este grupo se hallan protegidos por un contrato permanente, por lo que su situación laboral no está condicionada a inclinaciones políticas con el alcalde y funcionarios de la actual gestión edil.

Posteriormente se aplicó la encuesta a 15 trabajadores del régimen laboral

del Decreto Legislativo N° 276, quienes gozan de derechos y deberes que les otorga su situación de trabajadores nombrados y que en el tiempo de servicios que tienen, han trabajado con distintos alcaldes, regidores y funcionarios temporales relacionados políticamente con las autoridades de turno. En este grupo se han considerado a cuatro servidores del mismo régimen que se hallan laborando en cargos de confianza, lo que está permitido mientras dure el mandato del actual alcalde de la Municipalidad Distrital de Yanacancha en la región Pasco.

Durante el desarrollo del trabajo de campo se tuvo el apoyo constante del señor Gerente Municipal, del Jefe de Imagen Institucional y de los funcionarios, quienes allanaron el ingreso de los encuestadores a las instalaciones de la municipalidad, bajo un ambiente de cordialidad y respeto por el trabajo en ejecución, evidenciándose que el clima laboral en esta municipalidad es favorable para que el personal se sienta satisfecho con sus labores y por lo mismo, se fortalezca el sentido de pertenencia institucional.

4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados

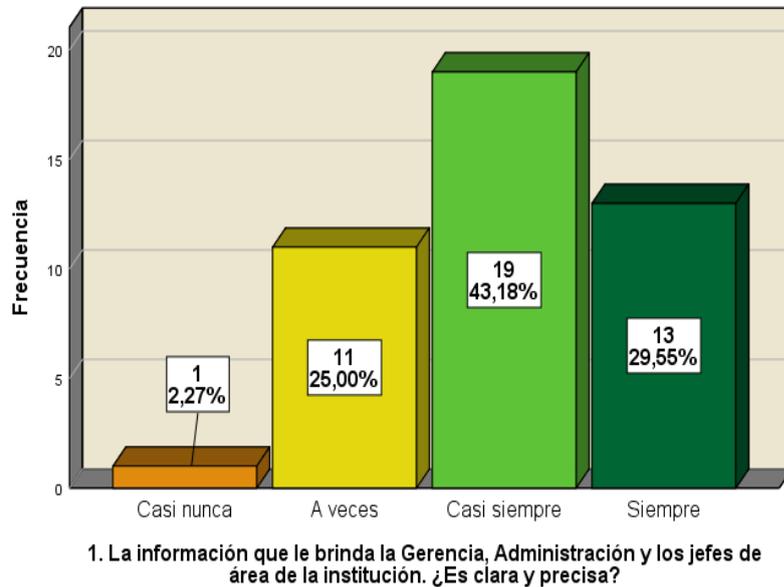
4.2.1. Descripción de resultados según sus variables

➤ Variable 1: Comunicación Interna

Tabla 1: *La información que le brinda la Gerencia, Administración y los jefes de área de la institución. ¿Es clara y precisa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,3	2,3	2,3
	A veces	11	25,0	25,0	27,3
	Casi siempre	19	43,2	43,2	70,5
	Siempre	13	29,5	29,5	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 2: La información que le brinda la Gerencia, Administración y los jefes de área de la institución. ¿Es clara y precisa?



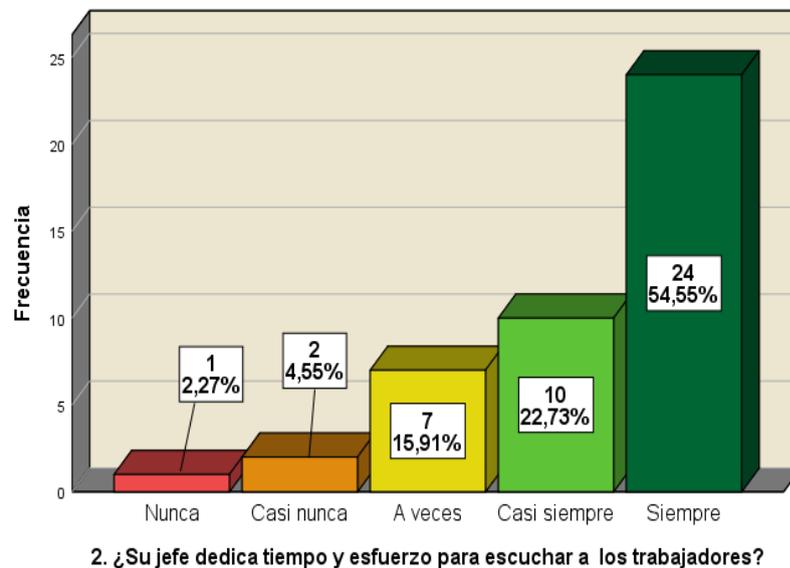
Los resultados de la encuesta al personal que presta servicios en la Municipalidad Distrital de Yanacancha, respecto a que si la información que le brinda la Gerencia, Administración y los jefes de área de la institución es clara y precisa, las respuestas tienen el siguiente orden ascendente: Casi nunca con 2,27%; a veces con 25%, siempre con 29,55% y casi siempre con 43,18%, lo que significa que los directivos desarrollan un buen nivel de comunicación interna, evidenciado por la suma de los niveles casi siempre y siempre que suman un 72,73%.

Este índice muestra que la comunicación interna es satisfactoria para los trabajadores de la municipalidad de Yanacancha.

Tabla 2 : ¿Su jefe dedica tiempo y esfuerzo para escuchar a los trabajadores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,3	2,3	2,3
	Casi nunca	2	4,5	4,5	6,8
	A veces	7	15,9	15,9	22,7
	Casi siempre	10	22,7	22,7	45,5
	Siempre	24	54,5	54,5	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 3 : ¿Su jefe dedica tiempo y esfuerzo para escuchar a los trabajadores?

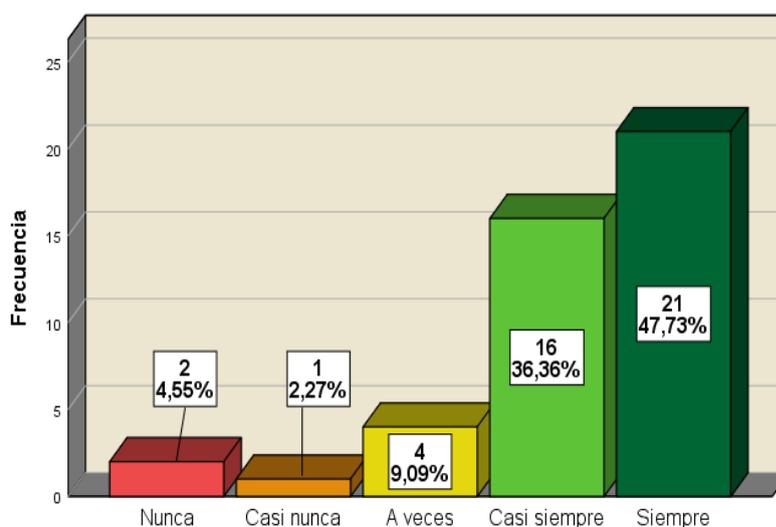


A la pregunta si los jefes de las áreas y oficinas de la MDY prestan atención a los requerimientos o asuntos que atañen a los trabajadores, se conoció que sólo el 2,27% dijo que nunca le dedica tiempo. El 4,55% refirió que casi nunca; el 15,91% aseguró que a veces les dedica tiempo y esfuerzo; el 22,73% respondió que casi siempre y un considerable 54,55% dijo que siempre su jefe le dedica tiempo y esfuerzo para escuchar sus preocupaciones.

Tabla 3: ¿Su jefe demuestra conocimiento en el cumplimiento de las funciones y/o tareas laborales que se presentan?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,5	4,5	4,5
	Casi nunca	1	2,3	2,3	6,8
	A veces	4	9,1	9,1	15,9
	Casi siempre	16	36,4	36,4	52,3
	Siempre	21	47,7	47,7	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 4: ¿Su jefe demuestra conocimiento en el cumplimiento de las funciones y/o tareas laborales que se presentan?



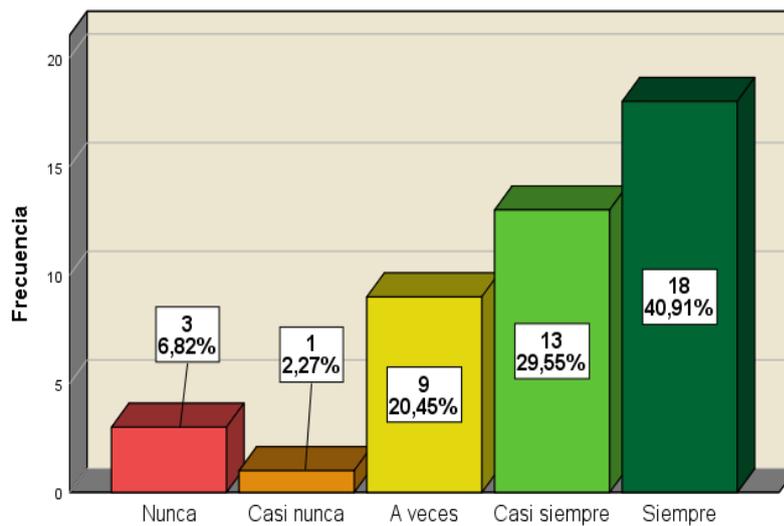
3. ¿Su jefe demuestra conocimiento en el cumplimiento de las funciones y/o tareas laborales que se presentan?

Los resultados evidencian que casi siempre (36,36%) y siempre (47,73%), los jefes demuestran su conocimiento para cumplir con sus funciones o tareas que afrontan haciendo una sumatoria de 84,09%, lo que implica un alto grado de responsabilidad en su desempeño laboral. Los que dijeron que nunca lo demuestran se sitúan en un 4,55%, casi nunca tiene 2,27% y a veces 9,09%.

Tabla 4: ¿La institución demuestra compromiso por mantener una fuerza laboral diversa (género, edad, etnia, condición social, religión, etc.)?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	6,8	6,8	6,8
	Casi nunca	1	2,3	2,3	9,1
	A veces	9	20,5	20,5	29,5
	Casi siempre	13	29,5	29,5	59,1
	Siempre	18	40,9	40,9	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 5: ¿La institución demuestra compromiso por mantener una fuerza laboral diversa (género, edad, etnia, condición social, religión, etc.)?



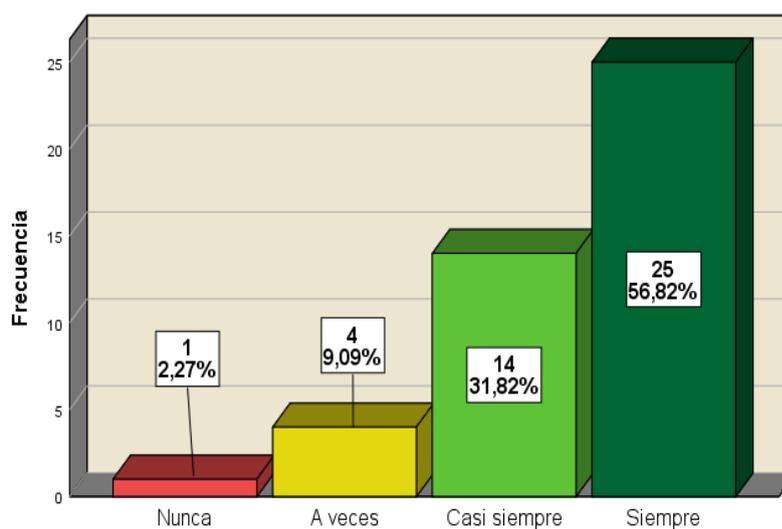
4. ¿La institución demuestra compromiso por mantener una fuerza laboral diversa (género, edad, etnia, condición social, religión, etc.)?

A la interrogante si la MDY demuestra compromiso por mantener una fuerza laboral diversa sin perjuicios de ninguna naturaleza, el 6,82% respondió que nunca lo hace. El 2,27% casi nunca lo percibe; el 20,45% dijo que a veces siente ese compromiso; el 29,55% refirió que casi siempre lo hace y el 40,91% aseguró que la institución, siempre demuestra su compromiso con la diversidad laboral sin discriminación de naturaleza alguna.

Tabla 5: ¿Cree usted que se fomenta la participación de los trabajadores en las ceremonias y/o fechas especiales de la institución?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,3	2,3	2,3
	A veces	4	9,1	9,1	11,4
	Casi siempre	14	31,8	31,8	43,2
	Siempre	25	56,8	56,8	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 6: ¿Cree usted que se fomenta la participación de los trabajadores en las ceremonias y/o fechas especiales de la institución?



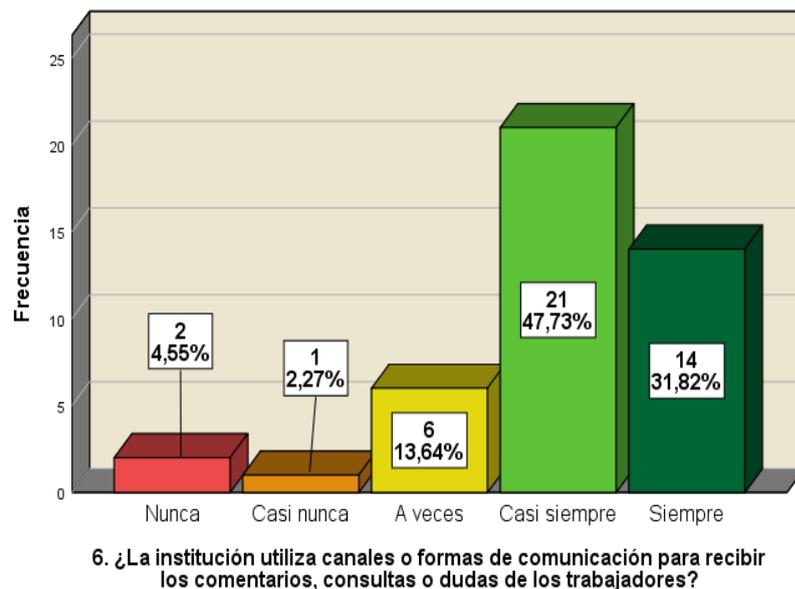
5. ¿Cree usted que se fomenta la participación de los trabajadores en las ceremonias y/o fechas especiales de la institución?

La tabla y figura anteriores muestran los índices en que la Municipalidad Distrital de Yanacancha nunca (2,27%) y solo a veces (9,09%) fomenta la participación de los trabajadores en las ceremonias o fechas especiales. El 31,82% dijo que casi siempre lo hace y un mayoritario 56,82% aseveró que siempre se promueve la participación de los trabajadores en sus ceremonias instituciones de fechas especiales. Se infiere que sí se fomenta la inclusión participativa de sus colaboradores.

Tabla 6: ¿La institución utiliza canales o formas de comunicación para recibir los comentarios, consultas o dudas de los trabajadores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,5	4,5	4,5
	Casi nunca	1	2,3	2,3	6,8
	A veces	6	13,6	13,6	20,5
	Casi siempre	21	47,7	47,7	68,2
	Siempre	14	31,8	31,8	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 7: ¿La institución utiliza canales o formas de comunicación para recibir los comentarios, consultas o dudas de los trabajadores?



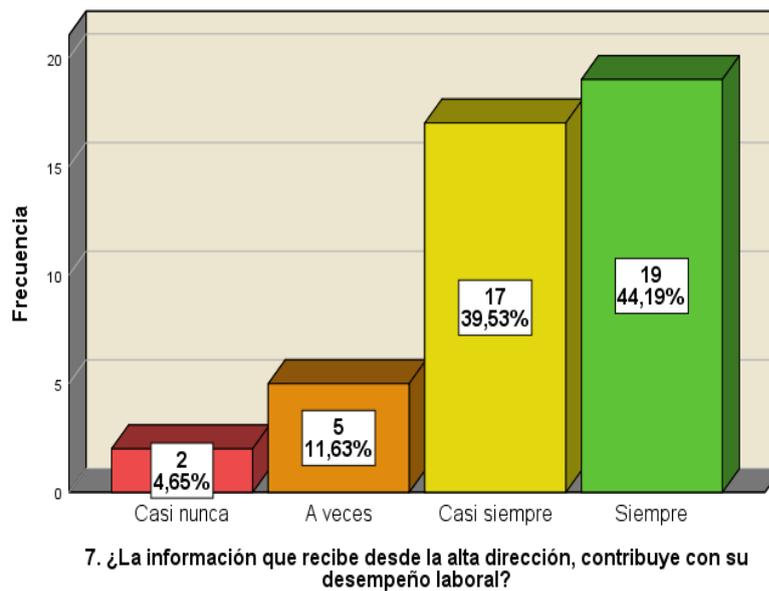
Respecto a la posibilidad que los trabajadores de la institución pueden hacer llegar sus comentarios, consultas o dudas a través de canales de comunicación, el 4,55% aseguró que no tienen esa prerrogativa y el 2,27 dijo que casi nunca existe esa posibilidad. El 13,64% refirió que solo a veces se tiene esa opción, mientras que el 31,82% aseguró que siempre se tiene tal probabilidad y el 47,73% aseguró que casi siempre tienen tal oportunidad para expresar sus ideas o

comentarios.

Tabla 7: ¿La información que recibe desde la alta dirección, contribuye con su desempeño laboral?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	4,5	4,5	4,5
	A veces	5	11,4	11,4	15,9
	Casi siempre	17	38,6	38,6	54,5
	Siempre	19	43,2	43,2	97,7
	55	1	2,3	2,3	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 8: ¿La información que recibe desde la alta dirección, contribuye con su desempeño laboral?

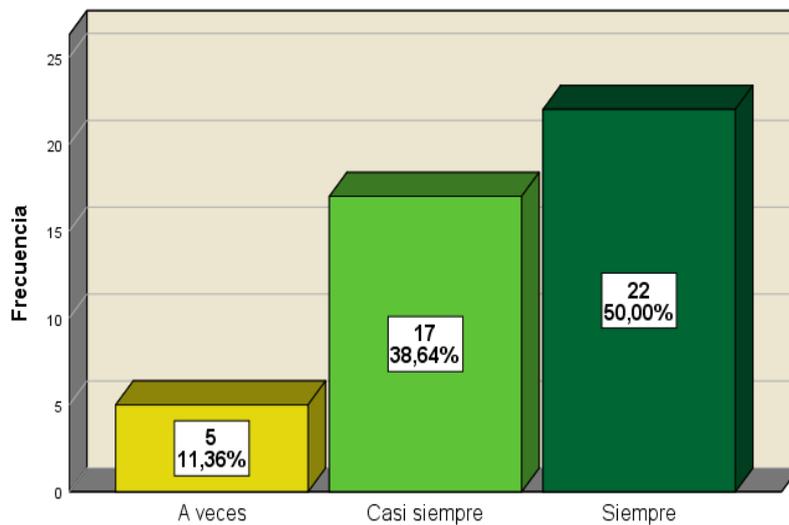


De estos resultados se infiere que la alta dirección de la MDY no descuida los parámetros de la comunicación interna porque contrariamente al 4,65% que dijo casi nunca y el 11,63% que aseguró que sólo a veces; el 39,53% (casi siempre) y 44,19% (siempre) que suma en total una mayoría igual a 83,72%, aprueba que la información compartida por los directivos, contribuye con su desempeño laboral.

Tabla 8: *¿Considera que mantiene buenas relaciones y comunicación con sus compañeros de trabajo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	5	11,4	11,4	11,4
	Casi siempre	17	38,6	38,6	50,0
	Siempre	22	50,0	50,0	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 9: *¿Considera que mantiene buenas relaciones y comunicación con sus compañeros de trabajo?*



8. ¿Considera que mantiene buenas relaciones y comunicación con sus compañeros de trabajo?

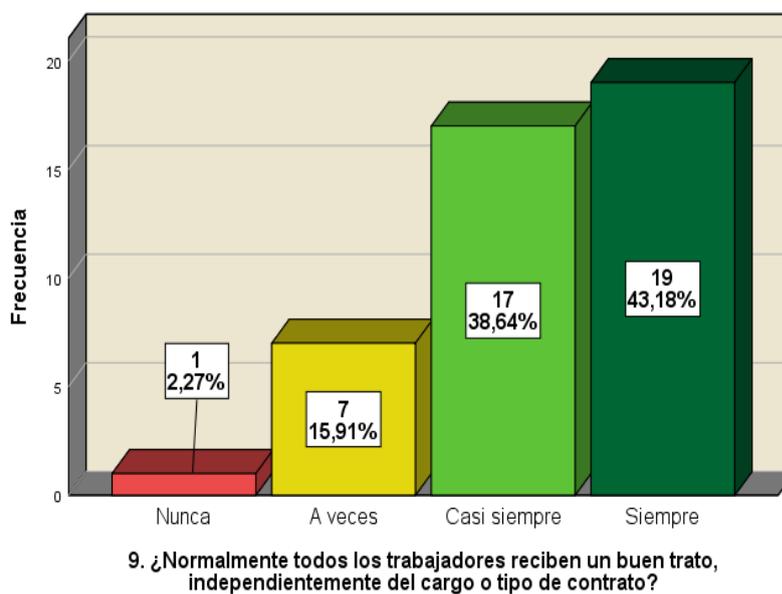
Con los índices que se muestran en la figura anterior, se conoce que el 11,36% de la población laboral en la MDY, considera que a veces mantiene una buena relación y comunicación con sus compañeros de trabajo.

El 28,64% respondió que casi siempre existe ese relacionamiento comunicativo y la mitad de la población refirió que siempre se tiene ese ambiente de buenas relaciones y comunicación entre sus compañeros de trabajo. El resultado refleja que las relaciones laborales y comunicación es favorable en la institución.

Tabla 9: *¿Normalmente todos los trabajadores reciben un buen trato, independientemente del cargo o tipo de contrato?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,3	2,3	2,3
	A veces	7	15,9	15,9	18,2
	Casi siempre	17	38,6	38,6	56,8
	Siempre	19	43,2	43,2	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 10: *¿Normalmente todos los trabajadores reciben un buen trato, independientemente del cargo o tipo de contrato?*



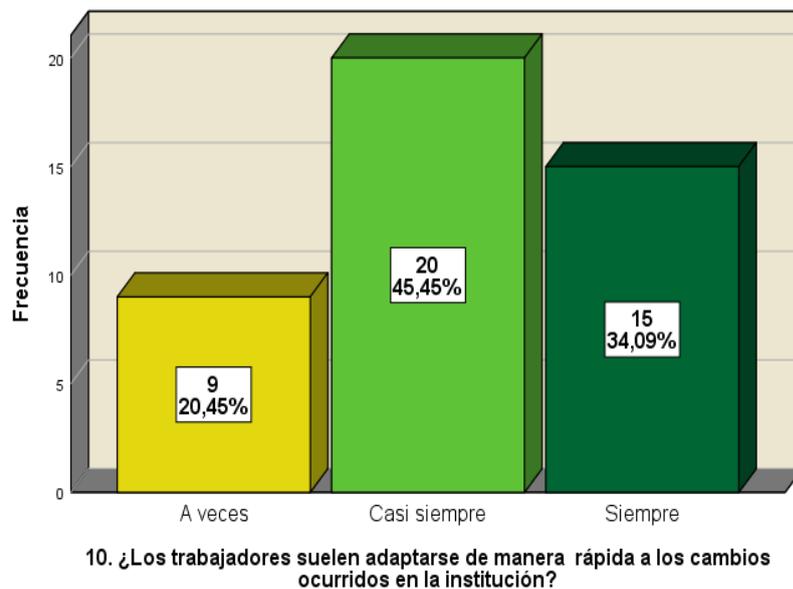
Sobre el buen trato que deben recibir los trabajadores de la MDY sea cual fuere el cargo o tipo de contrato, el 2,27% dijo que nunca recibió ese buen trato y el 15,91% refirió que ocurre sólo a veces. El 38,64% aseveró que casi siempre son bien tratados por los directivos y el 43,18% siempre recibe un buen trato en la institución.

Tal información demuestra con el 81,82% de índice acumulado, que los servidores normalmente reciben un trato amable de los directivos y funcionarios.

Tabla 10: *¿Los trabajadores suelen adaptarse de manera rápida a los cambios ocurridos en la institución?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	9	20,5	20,5	20,5
	Casi siempre	20	45,5	45,5	65,9
	Siempre	15	34,1	34,1	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 11: *¿Los trabajadores suelen adaptarse de manera rápida a los cambios ocurridos en la institución?*



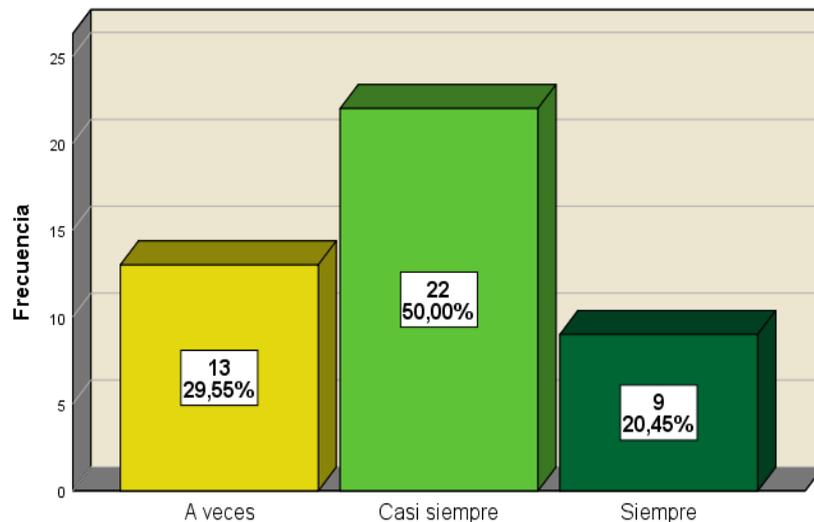
Sobre la rápida adaptación a los cambios que ocurren en la institución, el 20,45% respondió que esto ocurre a veces. El 34,09% respondió que suelen adaptarse a tales cambios siempre y el 45,45% lo hace casi siempre.

Este resultado evidencia que la totalidad de los trabajadores, según sus condiciones, está en la predisposición de adecuarse rápidamente a los cambios que se presentan en la institución. No se tuvo opiniones en contra.

Tabla 11: *¿Los medios de comunicación utilizados internamente en la institución, facilitan el cumplimiento de los objetivos en la institución?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	13	29,5	29,5	29,5
	Casi siempre	22	50,0	50,0	79,5
	Siempre	9	20,5	20,5	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 12: *¿Los medios de comunicación utilizados internamente en la institución, facilitan el cumplimiento de los objetivos en la institución?*



11. ¿Los medios de comunicación utilizados internamente en la institución, facilitan el cumplimiento de los objetivos en la institución?

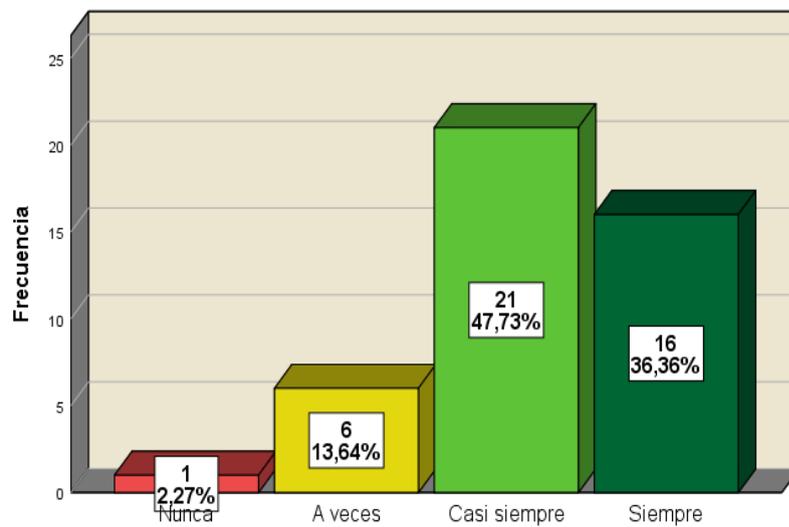
En cuanto a los medios de comunicación que utiliza internamente la MDY, la percepción de la población encuestada refleja que el 29,55% cree que sólo a veces contribuyen con los objetivos de la institución. El 20% refirió que ello ocurre siempre y un 50% se inclinó porque casi siempre se percibe tal situación.

Con tal resultado se puede constatar que la totalidad de los trabajadores es consciente de la importancia de la comunicación interna en el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Tabla 12: *¿Se reúne con su jefe inmediato o superiores (de manera individual o grupal) para recibir indicaciones sobre sus funciones o tareas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,3	2,3	2,3
	A veces	6	13,6	13,6	15,9
	Casi siempre	21	47,7	47,7	63,6
	Siempre	16	36,4	36,4	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 13: *¿Se reúne con su jefe inmediato o superiores (de manera individual o grupal) para recibir indicaciones sobre sus funciones o tareas?*



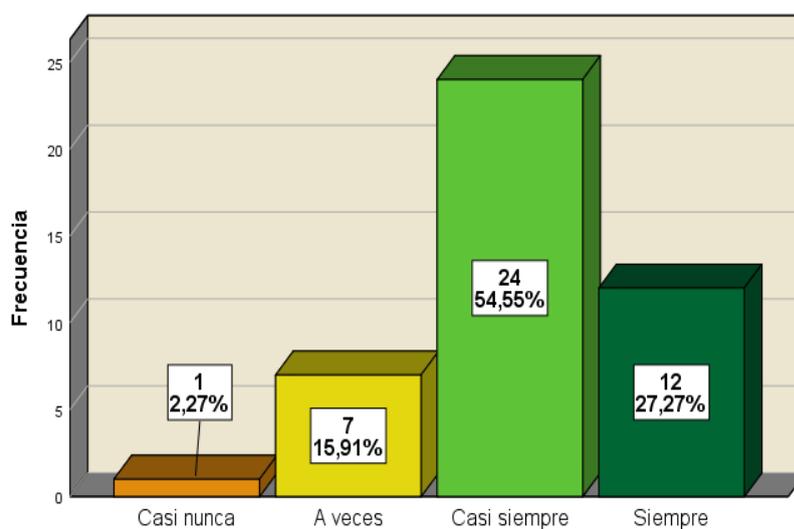
12. *¿Se reúne con su jefe inmediato o superiores (de manera individual o grupal) para recibir indicaciones sobre sus funciones o tareas?*

A esta interrogante las respuestas se dieron en el siguiente orden ascendente: el 2,27% dijo que nunca recibe indicaciones sobre sus tareas de su jefe inmediato. El 13,64% refirió que a veces se reúne con sus superiores para recibir indicaciones; el 36,36% manifestó que siempre lo hace y un 47,73% dijo reunirse casi siempre. Tal resultado indica que los jefes y directivos promueven reuniones individuales o grupales para orientarlos en sus tareas y funciones a sus trabajadores.

Tabla 13: *La institución, ¿publica (en periódicos murales o boletines) información de utilidad para los trabajadores)?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,3	2,3	2,3
	A veces	7	15,9	15,9	18,2
	Casi siempre	24	54,5	54,5	72,7
	Siempre	12	27,3	27,3	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 14: *La institución, ¿publica (en periódicos murales o boletines) información de utilidad para los trabajadores)?*



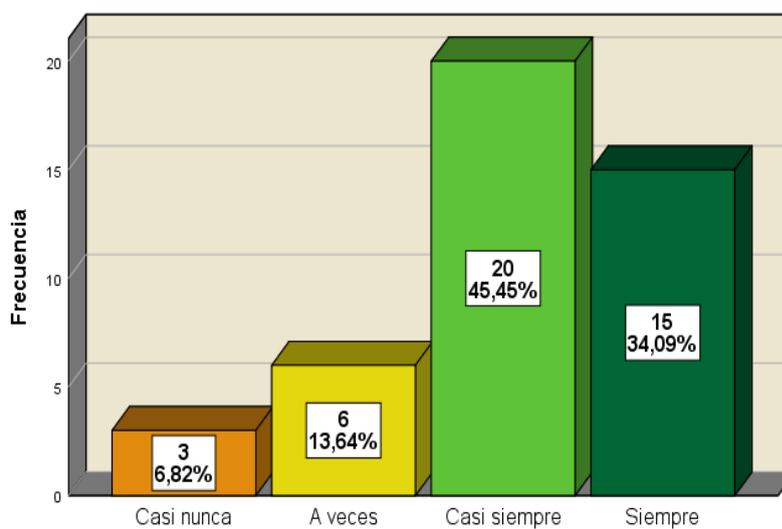
13. La institución, ¿publica (en periódicos murales o boletines) información de utilidad para los trabajadores)?

La opinión de los trabajadores de la MDY se refleja en un 2,27% en que casi nunca se publica información de utilidad en sus periódicos murales o boletines; el 15,91% refirió que lo hacen a veces; el 27,27% respondió que siempre la publican y el 54,55% respondió que casi siempre se hacen publicaciones de utilidad, evidenciándose que una gran mayoría (81,82%), sabe que se hacen publicaciones de interés en la institución.

Tabla 14: La institución, ¿emplea diversos medios digitales que permiten la comunicación fluida dentro de su área de trabajo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	6,8	6,8	6,8
	A veces	6	13,6	13,6	20,5
	Casi siempre	20	45,5	45,5	65,9
	Siempre	15	34,1	34,1	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 15: La institución, ¿emplea diversos medios digitales que permiten la comunicación fluida dentro de su área de trabajo?



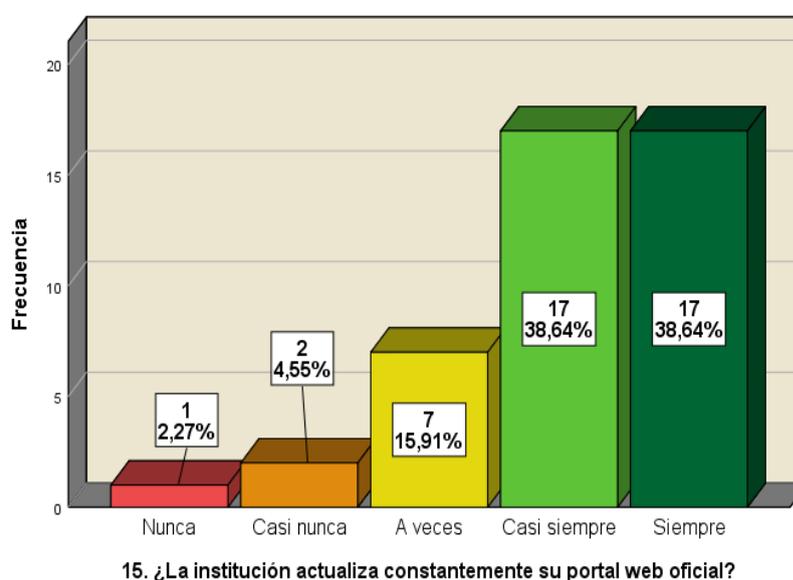
14. La institución, ¿emplea diversos medios digitales que permiten la comunicación fluida dentro de su área de trabajo?

En cuanto al empleo de medios digitales para establecer una comunicación fluida dentro de las áreas de la municipalidad, el 6,82% ha respondido que casi nunca los utilizan; el 13,64% dijo que sólo a veces las emplean mientras que el 34,09% aseguró que siempre se utilizan los medios digitales para una mejor comunicación interna sumándose al 45,46% que dijo que lo hacen casi siempre. Una gran mayoría igual a 79,54%, tiene conocimiento de tal situación interna.

Tabla 15: ¿La institución actualiza constantemente su portal web oficial?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,3	2,3	2,3
	Casi nunca	2	4,5	4,5	6,8
	A veces	7	15,9	15,9	22,7
	Casi siempre	17	38,6	38,6	61,4
	Siempre	17	38,6	38,6	100,0
	Total		44	100,0	100,0

Figura 16: ¿La institución actualiza constantemente su portal web oficial?



A la pregunta si la institución actualiza constantemente su portal web oficial, la población encuestada respondió que nunca la hacen en 2,27%; el 4,55% dijo que casi nunca la actualizan; el 15,91% dijo que lo hacen a veces y las opciones casi siempre y siempre, tuvieron un índice igualado del 38,64%.

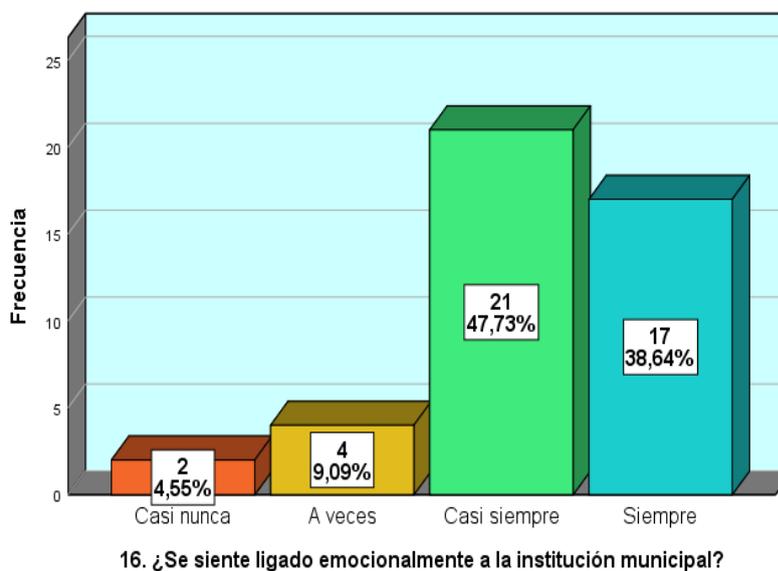
En consecuencia, en la Municipalidad Distrital de Yanacancha en Pasco, prevalece el criterio en que la institución actualiza continuamente su portal web oficial, para compartir información que interese a sus públicos interno y externo.

➤ **Variable 2: Sentido de pertenencia**

Tabla 16: ¿Se siente ligado emocionalmente a la institución municipal?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	4,5	4,5	4,5
	A veces	4	9,1	9,1	13,6
	Casi siempre	21	47,7	47,7	61,4
	Siempre	17	38,6	38,6	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 17: ¿Se siente ligado emocionalmente a la institución municipal?

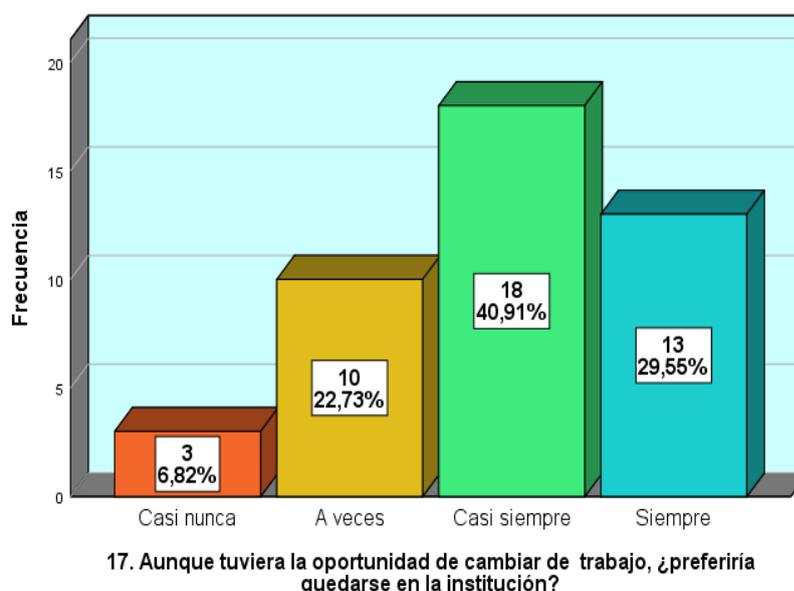


El comportamiento de la población ante las interrogantes relacionadas a la variable *sentido de pertenencia*, el 4,55% dijo que casi nunca se siente ligado emocionalmente a la MDY. El 9,09% respondió que sólo a veces les quepa tal emoción lo que contrasta con el 38,64% que dijo sentirse ligado siempre y 47,73% que siente estar relacionado emocionalmente con la institución a la que presta sus servicios.

Tabla 17: Aunque tuviera la oportunidad de cambiar de trabajo, ¿preferiría quedarse en la institución?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	6,8	6,8	6,8
	A veces	10	22,7	22,7	29,5
	Casi siempre	18	40,9	40,9	70,5
	Siempre	13	29,5	29,5	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 18: Aunque tuviera la oportunidad de cambiar de trabajo, ¿preferiría quedarse en la institución?

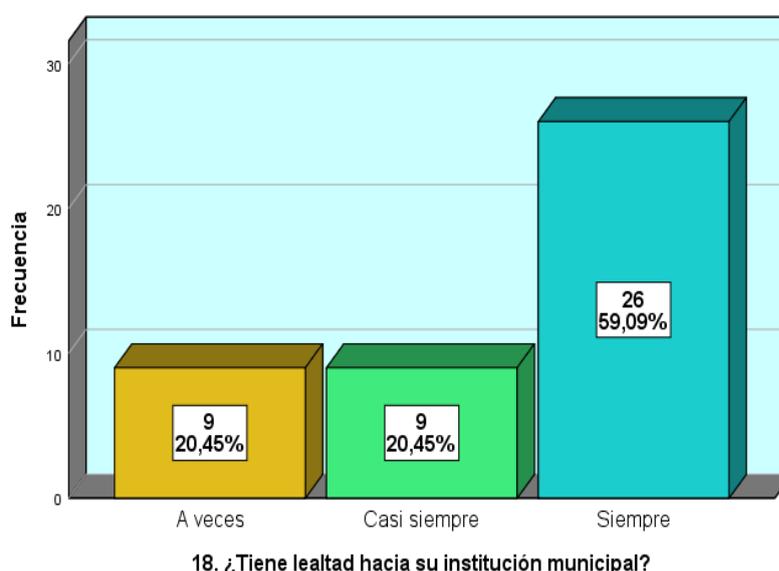


A la pregunta si prefieren quedarse a trabajar en la institución pese a presentarse alguna oportunidad de cambiarse de trabajo, el 6,82% casi nunca se quedaría; el 22,73% dijo que a veces elegiría tal opción. El 29,55% aseguró que siempre preferiría quedarse en la institución y el 40,91%, es consciente que no cambiaría de trabajo con lo que se demuestra que el índice acumulado con 70,46% de la población, ha desarrollado su sentido de pertenencia a la municipalidad por diversas razones.

Tabla 18: *¿Tiene lealtad hacia su institución municipal?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	9	20,5	20,5	20,5
	Casi siempre	9	20,5	20,5	40,9
	Siempre	26	59,1	59,1	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 19: *¿Tiene lealtad hacia su institución municipal?*



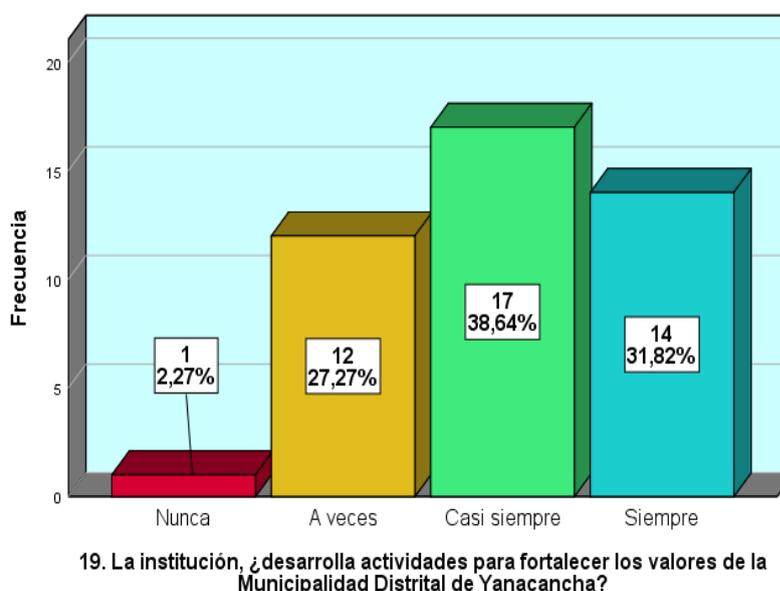
Sobre la lealtad que guardan con la Municipalidad Distrital de Yanacancha, el 20,45% aseguró que sólo a veces siente tal fidelidad. Un 20,45% ha expresado que casi siempre siente lealtad a su institución y un incuestionable 59,09, más de la mitad de los trabajadores se identifica plenamente con su institución.

Este resultado da cuenta que un porcentaje acumulado entre casi siempre y siempre igual a 79,54% de encuestados, se siente ligado a su centro laboral con lo que el sentido de pertenencia se evidencia con un índice mayoritario.

Tabla 19: La institución, ¿desarrolla actividades para fortalecer los valores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,3	2,3	2,3
	A veces	12	27,3	27,3	29,5
	Casi siempre	17	38,6	38,6	68,2
	Siempre	14	31,8	31,8	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 20: La institución, ¿desarrolla actividades para fortalecer los valores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha?



Sobre si la MDY desarrolla actividades para fortalecer los valores institucionales, el 2,27% aseguró que nunca lo hacen; el 27,27% dijo que lo hacen a veces; un 31,82% de los encuestados respondió que siempre lo hacen y el 38,64%, ha manifestado que casi siempre desarrollan actividades de fortalecimiento.

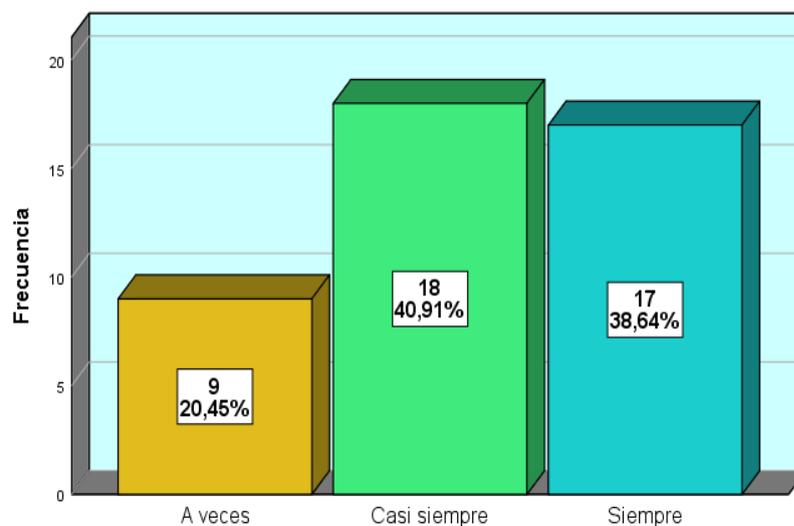
Estos resultados indican que en la institución fortalecen sus valores a través de diversas actividades como las que se registraron en fechas festivas de su

calendario.

Tabla 20: *La Municipalidad Distrital de Yanacancha, ¿difunde con claridad su misión y visión a sus trabajadores?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	9	20,5	20,5	20,5
	Casi siempre	18	40,9	40,9	61,4
	Siempre	17	38,6	38,6	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 21: *La Municipalidad Distrital de Yanacancha, ¿difunde con claridad su misión y visión a sus trabajadores?*



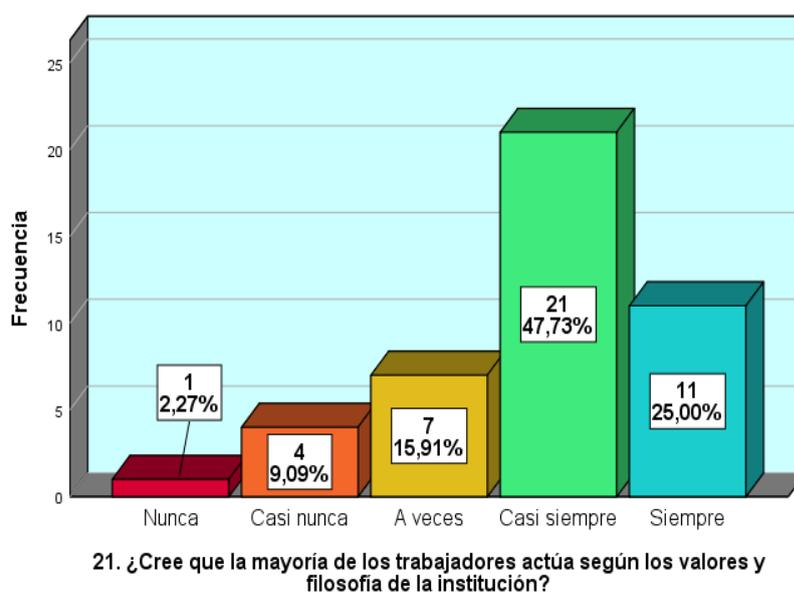
20. La Municipalidad Distrital de Yanacancha, ¿difunde con claridad su misión y visión a sus trabajadores?

El 20,45% de la población laboral en la municipalidad, ha respondido que sólo a veces la institución se encarga de difundir su misión y visión con claridad. El 38,64% ha expresado que lo hace siempre y se suma al 40,91% que asegura lo difunde casi siempre, con lo que se infiere que los servidores en una gran mayoría con un índice del 79,55%, conoce la misión y visión municipal y por ende, tienen un sentido de pertenencia elevado con su institución.

Tabla 21: ¿Cree que la mayoría de los trabajadores actúa según los valores y filosofía de la institución?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,3	2,3	2,3
	Casi nunca	4	9,1	9,1	11,4
	A veces	7	15,9	15,9	27,3
	Casi siempre	21	47,7	47,7	75,0
	Siempre	11	25,0	25,0	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 22: ¿Cree que la mayoría de los trabajadores actúa según los valores y filosofía de la institución?

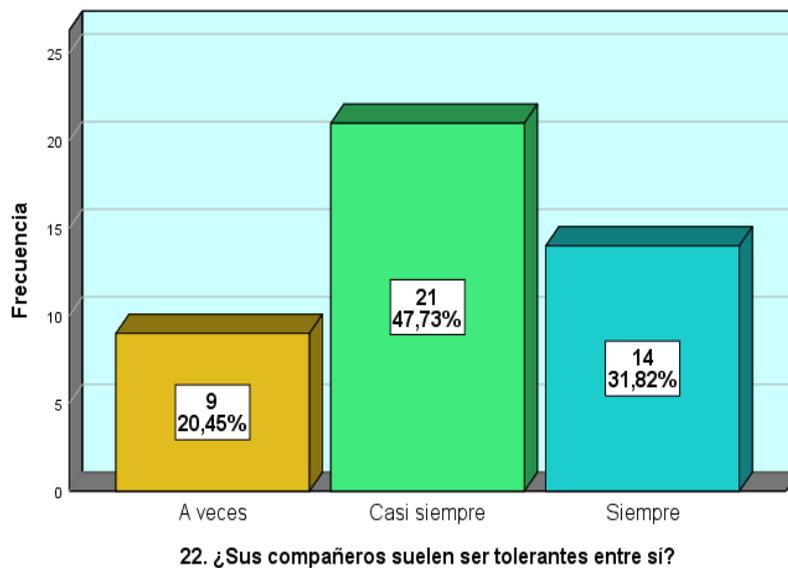


La encuesta ha querido conocer si los trabajadores actúan según los valores y filosofía institucional, por lo que el 2,27% no tiene tal identidad. El 9,09% actúa con apego a los valores casi nunca. El 15,91% respondió que sólo a veces tiene esa identificación además que el 25% ha asegurado que la mayoría de los trabajadores actúa según los valores y filosofía institucional sumándose al 47,73% que actúa siempre en tal sentido.

Tabla 22: ¿Sus compañeros suelen ser tolerantes entre sí?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	9	20,5	20,5	20,5
	Casi siempre	21	47,7	47,7	68,2
	Siempre	14	31,8	31,8	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 23: ¿Sus compañeros suelen ser tolerantes entre sí?



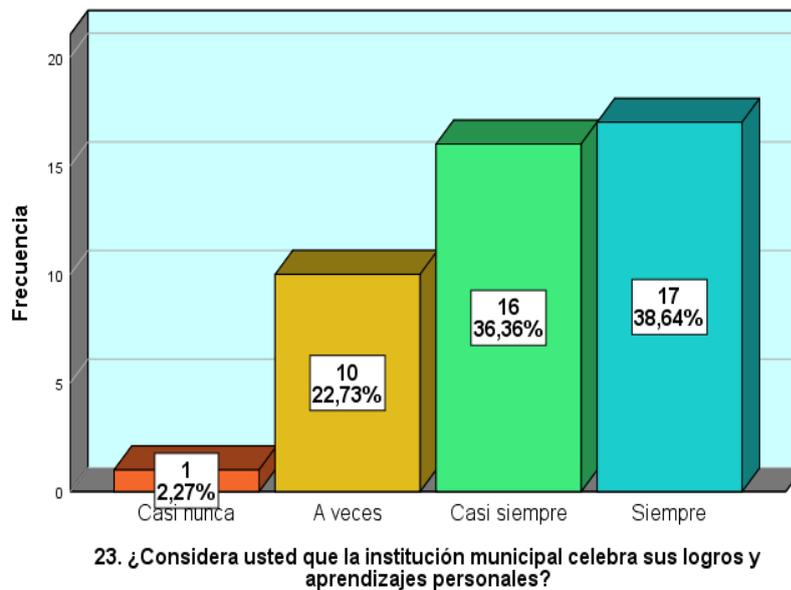
Preguntados los trabajadores en que si sus compañeros acostumbran ser tolerantes entre sí, el 20,45% dijo que a veces tienen tal comportamiento; un 31,82% contestó que siempre demuestran tolerancia en sus actos y el 47,73% aseguró que ello ocurre casi siempre entre los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha en Pasco.

Este resultado permite corroborar que todos los trabajadores de esta municipalidad son tolerantes en distinta medida y se presume, según las circunstancias que se presenten en el entorno laboral.

Tabla 23: *¿Considera usted que la institución municipal celebra sus logros y aprendizajes personales?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,3	2,3	2,3
	A veces	10	22,7	22,7	25,0
	Casi siempre	16	36,4	36,4	61,4
	Siempre	17	38,6	38,6	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 24: *¿Considera usted que la institución municipal celebra sus logros y aprendizajes personales?*

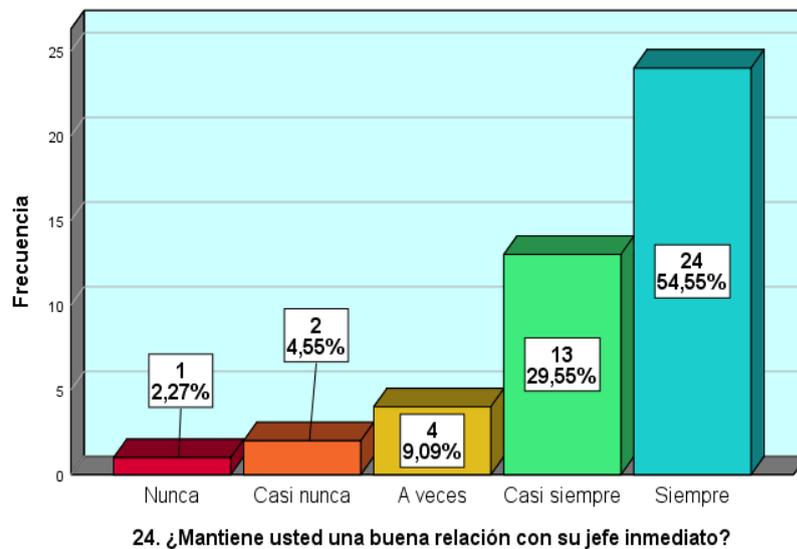


Los resultados dan cuenta que el 2,27% cree que casi nunca la municipalidad celebra los logros y aprendizajes personales de sus trabajadores. El 22,73% asegura que sólo a veces lo celebra entretanto que el 36,36% contestó que casi siempre lo festejan y el 38,64% aseveró que los logros y satisfacciones personales siempre es motivo de celebración por los directivos y autoridades en la Municipalidad Distrital de Yanacancha.

Tabla 24: ¿Mantiene usted una buena relación con su jefe inmediato?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,3	2,3	2,3
	Casi nunca	2	4,5	4,5	6,8
	A veces	4	9,1	9,1	15,9
	Casi siempre	13	29,5	29,5	45,5
	Siempre	24	54,5	54,5	100,0
	Total		44	100,0	100,0

Figura 25: ¿Mantiene usted una buena relación con su jefe inmediato?



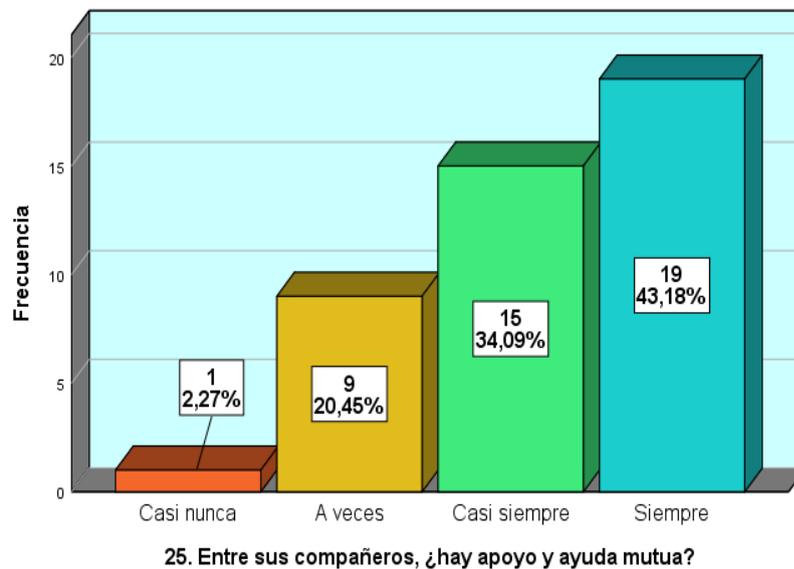
En cuanto a la conservación de una buena relación interpersonal con sus jefes inmediatos, los trabajadores encuestados respondieron en un 2,27% que nunca la tienen y se suma al 4,55% que dijo casi nunca. Los que a veces mantienen una buena relación con sus jefes están en el orden del 9,09%, en tanto que el 29,55% la tiene casi siempre y el 54,55% dijo tenerla siempre.

Tales resultados permiten considerar que la mayoría de trabajadores con el 93,19%, mantiene buenas relaciones con sus jefes inmediatos, lo que refuerza su identidad y sentido de pertenencia con la institución.

Tabla 25: *Entre sus compañeros, ¿hay apoyo y ayuda mutua?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,3	2,3	2,3
	A veces	9	20,5	20,5	22,7
	Casi siempre	15	34,1	34,1	56,8
	Siempre	19	43,2	43,2	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 26: *Entre sus compañeros, ¿hay apoyo y ayuda mutua?*



Ante la pregunta si entre los compañeros de trabajo existe apoyo y ayuda mutua, las respuestas se dieron en un 2,27% que casi nunca se distinguen tales actitudes; el 20,45% respondió que ocurre a veces; el 34,09% ha manifestado su complacencia porque casi siempre se demuestra apoyo y ayuda recíproca entre ellos, además que el 43,18% contestó que siempre se demuestra tal empatía en el entorno laboral.

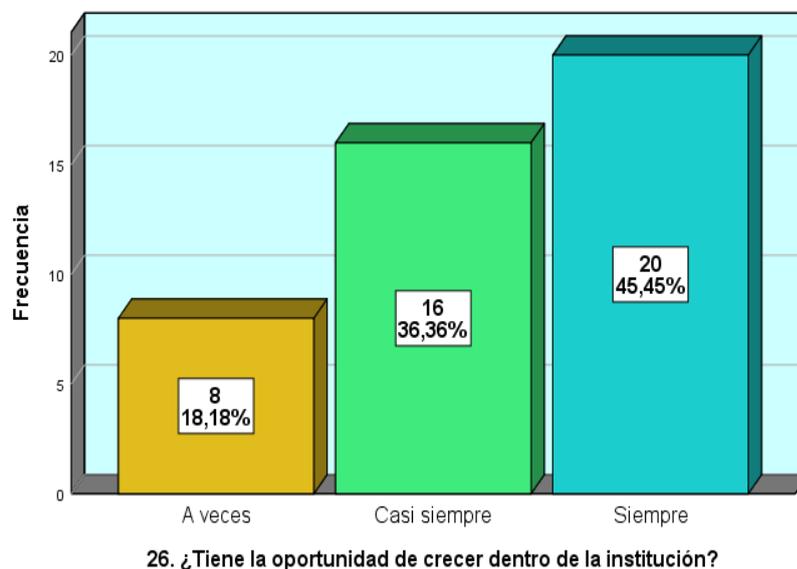
Con tales índices, se puede asegurar que el apoyo y la ayuda mutua entre trabajadores municipales, es constante y favorable para lograr su identificación

con su institución.

Tabla 26: ¿Tiene la oportunidad de crecer dentro de la institución?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	8	18,2	18,2	18,2
	Casi siempre	16	36,4	36,4	54,5
	Siempre	20	45,5	45,5	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 27 : ¿Tiene la oportunidad de crecer dentro de la institución?



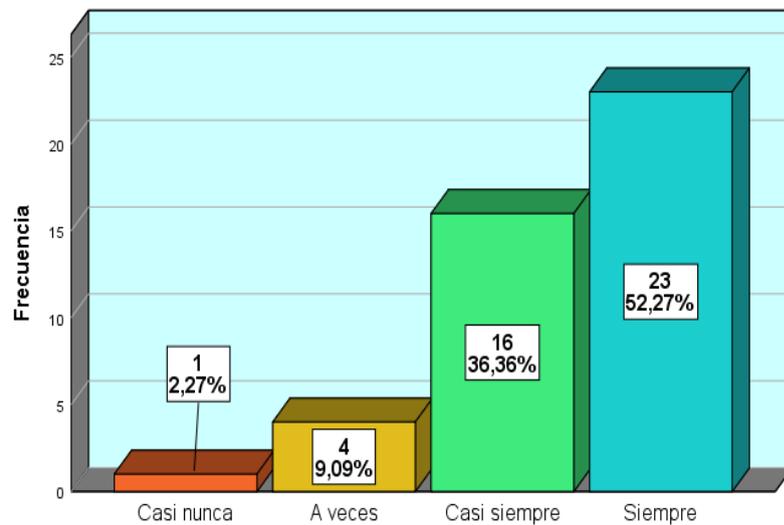
En cuanto a la pregunta si el trabajador tiene posibilidades de crecimiento si permanece en la institución, las respuestas se ubicaron con el 18,18% que tal oportunidad se presentaría a veces. El 36,36% dijo que casi siempre tiene la oportunidad de mejorar su situación laboral además que el 45,45% aseguró que siempre existe esa oportunidad de crecimiento personal y laboral en la Municipalidad Distrital de Yanacancha.

Con estos indicadores, se aprecia que una gran mayoría de trabajadores tiene opciones de crecer personal, laboral y socialmente en la institución.

Tabla 27: Su puesto de trabajo ¿va acorde con las habilidades y limitaciones que usted posee?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,3	2,3	2,3
	A veces	4	9,1	9,1	11,4
	Casi siempre	16	36,4	36,4	47,7
	Siempre	23	52,3	52,3	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Figura 28: Su puesto de trabajo ¿va acorde con las habilidades y limitaciones que usted posee?



27. Su puesto de trabajo ¿va acorde con las habilidades y limitaciones que usted posee?

Los colaboradores encuestados dijeron en un 2,27% que casi nunca se han sentido complacidos por hallarse en un puesto laboral que esté acorde a sus habilidades y limitaciones. El 9,09% dijo que tal situación se les presenta a veces; el 36,36% refirió que casi siempre sus labores están en función a sus habilidades y limitaciones y el 52,27% aseguró que siempre responden a tal relación, con lo que se infiere que los puestos laborales en la MDY, se asignan de acuerdo a los perfiles

de sus trabajadores.

4.3. Prueba de hipótesis

4.3.1. Resultados inferenciales

Como la muestra censal es < a 50 unidades de análisis, se utilizó la contrastación de normalidad Shapiro-Wilk, resultando que el valor de significancia 0,000 es < a 0,05, considerada como prueba “No normal = No paramétrica”, por lo que se empleó el estadígrafo Rho de Spearman, obteniéndose el siguiente resultado de la prueba de normalidad:

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación interna	,171	44	,002	,866	44	,000
Sentido de pertenencia	de,208	44	,000	,898	44	,001

a. Corrección de significación de Lilliefors

De acuerdo a los resultados de la prueba de normalidad, se tiene una significancia bilateral de 0,000 y 0,001 para las variables 1 y 2 respectivamente, lo que indica que no presentan normalidad y, por lo tanto, para la prueba de hipótesis se eligió la prueba no paramétrica recomendada: Rho de Spearman.

Prueba de hipótesis general

Se formula la hipótesis de investigación:

- **H_A**: La comunicación interna tiene una correlación positiva moderada con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023, de tal manera que, a mejor efectividad de la comunicación interna, aumenta el sentido de pertenencia de los empleados hacia la organización.

- **H₀:** La comunicación interna no tiene una correlación positiva moderada con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023, de tal manera que, a mejor efectividad de la comunicación interna, aumenta el sentido de pertenencia de los empleados hacia la organización.

Correlaciones

			Comunicación interna	Sentido de pertenencia
Rho de Spearman	Comunicación interna	Coefficiente de correlación	1,000	,687**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	44	44
	Sentido de pertenencia	Coefficiente de correlación	,687**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	44	44

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Analizada la correlación entre la variable 1, *comunicación interna* y variable 2, *sentido de pertenencia* a través del coeficiente Rho de Spearman, el valor que se obtiene para cada variable es de 0,687 ubicándose entre los valores 0.4 a 0.69 equivalente a la *correlación positiva moderada* en la escala de valores de Spearman que se presenta a continuación:

ESCALA DE VALORES RHO DE SPEARMAN

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Con tal hallazgo, se establece que la *comunicación interna* tiene una relación positiva moderada con el *sentido de pertenencia* de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha en Pasco.

Prueba de hipótesis específica 1

- **HE 1A:** Existe una correlación positiva moderada entre el emisor de la comunicación interna y el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023.
- **HE 1o:** No existe una correlación positiva moderada entre el emisor de la comunicación interna y el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023.

Correlaciones

			Sentido de pertenencia	Emisor del mensaje
Rho de Spearman	Sentido de pertenencia	Coefficiente de correlación	1,000	,650**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	44	44
	Emisor	Coefficiente de correlación	,650**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	44	44

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados del análisis con el coeficiente de correlación Rho Spearman a las variables *emisor del mensaje* y *sentido de pertenencia*, se tuvo un valor de 0,650 para cada una de las variables, comparado con la escala de valores Rho de Spearman se ubica en el nivel de *correlación positiva moderada*, con lo que se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

Este resultado permite colegir que el *emisor* de la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Yanacancha, tiene una *correlación positiva moderada* con el *sentido de pertenencia* que identifica a los trabajadores de esta institución en el año 2023.

Prueba de hipótesis específica 2

- **HE 2A:** Existe una correlación positiva moderada entre los flujos de la comunicación interna y el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023.
- **HE 2o:** No existe una correlación positiva moderada entre los flujos de la comunicación interna y el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023.

Correlaciones

Rho de Spearman	Sentido de pertenencia	Coefficiente de correlación	Sentido de pertenencia	Flujos de comunicación
		Sig. (bilateral)	1,000	,520**
		N	.	,000
	Flujos de comunicación	Coefficiente de correlación	,520**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	44	44

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según los resultados del análisis con el coeficiente Rho de Spearman a las variables de trabajo *flujos de comunicación* y *sentido de pertenencia*, se ha obtenido un valor de 0,520 para cada variable. Comparando con la escala de valores Rho de Spearman, éste se ubica en el nivel de *correlación positiva moderada*, rechazándose la hipótesis nula y aceptándose la hipótesis alterna.

El hallazgo evidencia que, en la Municipalidad Distrital de Yanacancha en Pasco, los *flujos de la comunicación interna*, tienen una *correlación positiva moderada* con el *sentido de pertenencia* de los trabajadores de esta institución municipal en el año 2023.

Prueba de hipótesis específica 3

- **HE 3A:** Las funciones de la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Yanacancha tienen una correlación positiva moderada con el sentido de pertenencia de los trabajadores.

- **HE 3o:** Las funciones de la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Yanacancha no tienen una correlación positiva moderada con el sentido de pertenencia de los trabajadores.

Correlaciones

			Sentido de pertenencia	Funciones de comunicación
Rho de Spearman	Sentido de pertenencia	Coefficiente de correlación	1,000	,589**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	44	44
	Funciones de la comunicación	Coefficiente de correlación	,589**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	44	44

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En este caso, el valor de correlación obtenido con el coeficiente Rho de Spearman a las variables *funciones de la comunicación interna* y *sentido de pertenencia* es de 0,589 para cada una de ellas, ubicándose dentro del rango positivo moderado en la escala de valores Rho de Spearman.

Con este resultado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, con lo que se establece que *las funciones que asume la comunicación interna* tienen una *correlación positiva moderada* con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco en el 2023.

Prueba de hipótesis específica 4

- **HE 4A:** Los canales de comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Yanacancha, tienen una correlación positiva moderada con el sentido de pertenencia de los trabajadores en el año 2023.
- **HE 4o:** Los canales de comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Yanacancha, no tienen una correlación positiva moderada con el sentido de pertenencia de los trabajadores en el año 2023.

Correlaciones

			Sentido de pertenencia	Canales de comunicación
Rho de Spearman	Sentido de pertenencia	Coefficiente de correlación	1,000	,617**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	44	44
	Canales de comunicación	Coefficiente de correlación	,617**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	44	44

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El valor de 0,617 hallado con el análisis relacional entre la variable *canales de comunicación interna* y el *sentido de pertenencia*, se encuentra dentro del rango de correlación positiva moderada según la escala de valores Rho de Spearman.

Este resultado implica rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, evidenciándose que, en la Municipalidad Distrital de Yanacancha, los *canales de comunicación interna*, tienen una correlación *positiva moderada* con el sentido de pertenencia de sus trabajadores en el año 2023.

4.4. Discusión de resultados

Los hallazgos encontrados en la presente investigación y corroborados con la estadística inferencial, reflejan los niveles de correlación existentes entre las variables de estudio, lo que de por sí, evidencian que la *comunicación interna* con sus dimensiones *1) Emisor de mensajes, 2) Flujos de comunicación, 3) Funciones de la comunicación y, 4) Canales de comunicación interna*, tiene una relación positiva con el *sentido de pertenencia* que identifica a los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha en el año 2023.

La investigación se realizó en una muestra censal de 44 colaboradores y, siendo menor a 50 unidades de análisis, para efectos de contrastación se utilizó la prueba de normalidad Shapiro-Wilk, cuyo valor de significancia resultante fue de 0,000. < a 0,05, considerada como prueba “No normal = No paramétrica”, por lo que las pruebas de hipótesis fueron analizadas con el estadígrafo Rho de

Spearman. Analizada la correlación entre las variables *comunicación interna* y *sentido de pertenencia*, el valor que se obtuvo para cada variable fue de 0,687, encontrándose dentro de los parámetros de la *correlación positiva moderada*, de lo que se infiere que la *comunicación interna* tiene una relación positiva moderada con el *sentido de pertenencia* de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha en Pasco.

La contrastación de las variables *emisor del mensaje* y *sentido de pertenencia*, arrojó un valor de 0,650 en la escala Rho de Spearman, determinándose que el *emisor* de la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Yanacancha, cuya codificación la realiza cada trabajador de acuerdo a sus necesidades, tiene una *correlación positiva moderada* con el *sentido de pertenencia* desarrollado por los mismos.

El análisis a las variables *flujos de comunicación* y *sentido de pertenencia*, proyectaron un valor de 0,520 y las variables *funciones de la comunicación interna* y *sentido de pertenencia* arrojaron un valor de 0,589, los que comparados con los parámetros establecidos en la escala de valores Rho de Spearman, se ubican en el nivel de *correlación positiva moderada*, de lo que se colige que en ambos casos, tanto los flujos y funciones de la comunicación interna, tienen una asociación *positiva moderada* con el *sentido de pertenencia* que desarrollan los trabajadores de la entidad municipal. En la misma línea, al haberse encontrado un valor de 0,617 en la variable *canales de comunicación interna*, se infiere que el nivel de correlación con el *sentido de pertenencia* gestado en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha en Pasco, también es *positivo moderado*.

Con estos resultados se asume que un manejo empático, oportuno y armonioso de comunicación interna, refuerza el sentido de pertenencia de los trabajadores de cualquier organización, cuya satisfacción material y psicológica es parte de su autorrealización de lo que Hernández et al., (2017), aseguraron en un

congreso internacional de Economía y contextos organizativos, que existen una serie de factores que favorecen el compromiso de pertenencia de los individuos, siendo uno de ellos el mayor acceso que permiten los directivos a la información organizacional, para “generar sentimientos de inclusión o pertenencia a la organización, hacer que su trabajo sea más deseable, y permitir una mayor contribución al rendimiento organizacional” (p. 97).

Considerando que tal sentimiento puede desarrollarse en diferentes contextos, como en la familia, en entornos laborales o en comunidades más amplias como una ciudad o una nación, en el caso del estudio, se pudo establecer que, en tanto, la codificación de los mensajes que procesa el emisor sean del agrado del decodificador o viceversa, así como los canales utilizados sean directos e indirectos para que los mensajes fluyan vertical u horizontalmente, se promoverá un estado de satisfacción en los involucrados reforzando el sentido de pertenencia e identidad corporativa.

El concepto del sentido de pertenencia desarrollado por Huerta (2018), fundamentado en las aportaciones de Maslow (1943), quien definió al hombre como un animal con deseos, porque su conducta siempre está dominada por una necesidad, que existe una jerarquía de preponderancia en las necesidades del hombre y que una necesidad satisfecha ya no causa motivación, se manifiesta en la percepción del trabajador frente a sus necesidades materiales o psicológicas satisfechas o no atendidas, lo que motiva su comportamiento “derivado de un juicio valorativo interno donde las expectativas de los resultados esperados dependerán del alcance que vislumbren sus propias experiencias de vida” (p. 90).

El estudio desarrollado en la Municipalidad Distrital de Yanacancha en Pasco, ha encontrado que el sentido de pertenencia de los empleados estimulados por el proceso de *comunicación interna*, se halla en niveles satisfactorios como resultado de haber satisfecho sus necesidades materiales y psicológicas en el ambiente laboral que los identifica con su institución. Los hallazgos del estudio

tienen coincidencias con las proposiciones formuladas por los investigadores, por haberse determinado a través de la estadística inferencial, que la correlación de las variables se halla en el nivel *positivo moderado*, deduciéndose que la efectividad de la comunicación interna implica también el fortalecimiento del sentido de pertenencia de los colaboradores.

En tal sentido, tomando como referencia el estudio realizado en otro contexto y presentado en el informe “*La comunicación interna y el sentido de pertenencia en los colaboradores de un instituto nacional de salud mental de Lima durante el 2021*” donde el grado de correlación de las variables fue *positiva muy alta* $\rho = ,986$ con un valor de significancia de $0,000$ ($p < 0,05$) según el Rho de Spearman, éste tiene similitud con lo hallado en la presente investigación, donde el valor de significancia fue de $\rho = ,687$ correspondiente al nivel *positivo moderado* en la misma escala de valores.

Otro estudio desarrollado por Pineda-Henao (2019), sobre la comunicación interna en la gestión de la cultura organizacional, destaca que la percepción que tienen los empleados, depende de la capacidad que tiene ésta, de entablar lazos comunicacionales para “impulsar la confianza e incrementar el sentido de pertenencia, concibiendo a la organización como un territorio compartido en el que es posible cumplir con los objetivos organizacionales, laborales y personales” (p. 15), confirmándose así que una clara y transparente comunicación interna no solo mejora el clima laboral, sino que también fomenta la lealtad y el sentido de pertenencia entre los trabajadores, como ocurre en la institución intervenida.

Por otro lado, se debe considerar que la información proporcionada por los directivos o funcionarios a sus trabajadores, no solo debe estar en función a cantidad, sino también a la calidad de la comunicación interna, a la forma cómo se comunica y en qué momento se la comparte. Estas cualidades influyen en el sentido de pertenencia, porque implica que las interacciones significativas y el

constructivo pueden tener un impacto mayor en la percepción de pertenencia que la mera transmisión de información. En tal sentido, sería interesante considerar cómo se desarrolla la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Yanacancha, pudiendo explorarse ejemplos concretos de buenas prácticas que fortalezcan esta relación y seguramente sea materia de otras investigaciones a propiciarse en tal entorno organizacional.

Lo que se debe resaltar es que en tanto haya un proceso de comunicación interna adecuado entre los funcionarios y empleados de esta municipalidad, es seguro que se fortalezca el sentido de pertenencia con la municipalidad, debido a que sus necesidades materiales y psicológicas hayan sido satisfechas. En el primer caso, debido a la contraprestación salarial por sus servicios prestados y en el segundo, por el clima laboral generado por un proceso de comunicación interna entre la misma comunidad edil, haciendo que se sientan orgullosos de pertenecer a la municipalidad donde contribuyen diariamente con sus labores en sus distintas áreas de trabajo.

Tomando en cuenta la investigación “El sentido de pertenencia y la identidad como determinante de la conducta, una perspectiva desde el pensamiento complejo” desarrollada por Huerta (2018), la aproximación conceptual de pertenencia está cohesionada con la satisfacción de las necesidades materiales (básicas y de seguridad) y a necesidades psicológicas (de autoestima, aceptación y autorrealización) a la que acceden los individuos y por lo mismo, solamente cuando sienten o perciben que sus necesidades están colmadas, se sentirán motivados, identificados con el grupo y comprometidos por haber creado un vínculo con la organización o con la persona que proporciona el satisfactor. Los resultados de la investigación, permiten inferir que tal premisa teórica es plenamente coincidente con la motivación que tienen los trabajadores de la municipalidad de Yanacancha al sentirse comprometidos con el entorno

organizacional, porque han satisfecho sus necesidades determinantes de pertenencia y orgullo institucional.

CONCLUSIONES

PRIMERA:

A partir del análisis de la correlación entre la *comunicación interna* y el *sentido de pertenencia* en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha en Pasco, se ha establecido que existe una *correlación positiva moderada* entre ambas variables, evidenciada por un coeficiente Rho de Spearman de $\rho = ,687$ con un valor de significancia de 0,000 ($p < 0,05$), con lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de trabajo, concluyéndose que la comunicación interna tiene una *correlación positiva moderada* con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023, de tal manera que se cumple la premisa, a mejor efectividad de la comunicación interna, aumenta el sentido de pertenencia de los empleados hacia la organización.

SEGUNDA:

Si la correlación Rho Spearman ha revelado una correlación positiva moderada de 0,650 entre las variables *emisor de la comunicación interna* y el *sentido de pertenencia* de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, se concibe que existe una relación significativa entre ambas variables. Al aceptar la hipótesis nula y rechazar la hipótesis de investigación, se puede inferir que, aunque el emisor desempeña un papel importante en la creación de un sentido de pertenencia entre los trabajadores, la relación observada no es lo suficientemente fuerte como para justificar una hipótesis alternativa. Esto indica la necesidad de explorar otros factores que puedan influir en el sentido de pertenencia dentro de la institución.

TERCERA:

La conclusión que se puede extraer del análisis realizado es que existe una relación positiva moderada entre los *flujos de comunicación interna* y el *sentido de pertenencia* de los trabajadores en la Municipalidad Distrital de Yanacancha. El coeficiente Rho de Spearman de 0,520 sugiere que a medida que mejoran los flujos de comunicación, también se incrementa el sentido de pertenencia entre los empleados.

Este hallazgo es relevante para la gestión organizacional, ya que enfatiza la importancia de una comunicación interna efectiva para fomentar un ambiente de trabajo en el que los empleados se sientan más conectados y comprometidos con la institución. Dado que se ha rechazado la hipótesis nula en favor de la hipótesis de investigación, se puede concluir que la manera vertical u horizontal en que fluye la comunicación interna en la municipalidad, juega un papel crucial en el fortalecimiento del sentido de pertenencia entre los trabajadores.

CUARTA:

En conclusión, el análisis realizado en la Municipalidad Distrital de Yanacancha en Pasco ha revelado una correlación positiva moderada (Rho de Spearman = 0,589) entre las *funciones de comunicación interna* y el *sentido de pertenencia* de los trabajadores. Con este hallazgo se rechaza la hipótesis nula y se valida la hipótesis alterna, sugiriendo que una comunicación efectiva dentro de la organización está significativamente relacionada con un mayor sentido de pertenencia entre los servidores públicos, con lo que se puede afirmar que fortalecer las funciones comunicativas podría incrementar el compromiso y la identificación de los empleados con la institución, lo cual representa una oportunidad valiosa para el desarrollo organizacional y el bienestar laboral en el entorno municipal.

QUINTA:

Existiendo una correlación positiva moderada (0,617) entre los *canales de comunicación interna* y el *sentido de pertenencia* de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, se deduce que a medida que se mejoran y utilizan de manera efectiva los canales de comunicación interna, también se incrementa el sentido de pertenencia entre los empleados. Dado que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica, se entiende que los esfuerzos de comunicación dentro de la organización tienen un impacto significativo en la conexión emocional y el compromiso de los trabajadores con su entorno laboral y social.

RECOMENDACIONES

PRIMERA:

Fortalecer los canales de comunicación interna. Es fundamental desarrollar y mantener los canales de comunicación claros y efectivos dentro de la municipalidad. Esto incluye la implementación de reuniones periódicas, boletines informativos, buzones de sugerencias y plataformas digitales e intranet, que permitan a los trabajadores expresar sus ideas y preocupaciones en relación directa con las autoridades, funcionarios y el resto de servidores.

SEGUNDA:

Capacitación en habilidades de comunicación. Se deben impulsar talleres y capacitaciones para empleados y jefes sobre habilidades de comunicación efectiva. Esto no solo mejorará la calidad de las interacciones, sino que también aumentará la confianza entre los equipos de trabajo y por lo tanto, su sentido de pertenencia con el grupo y con la institución.

TERCERA:

Fomentar la participación en la toma de decisiones: Involucrar a los trabajadores en el proceso de toma de decisiones de la municipalidad. Cuando los empleados sienten que sus opiniones son valoradas y que tienen voz en asuntos que les afectan, su sentido de pertenencia se ve reforzado.

CUARTA:

Crear espacios para el *Feedback*: Instituir mecanismos donde los trabajadores puedan dar y recibir retroalimentación sobre la comunicación interna y otros procesos. La creación de un espacio seguro para compartir opiniones puede mejorar significativamente la relación entre los empleados y la administración.

QUINTA:

Celebrar los logros colectivos: Realizar eventos o reconocimientos que celebren logros y contribuciones de los equipos de trabajo. Esto no solo promueve un ambiente colaborativo, sino que también refuerza el sentido de pertenencia al reconocer

el esfuerzo conjunto, además de promover actividades de integración y recreación continuas para fortalecer el sentido de pertenencia en los trabajadores municipales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aced, C., Arocas, M., & Miquel, S. (2021). *Manual de comunicacion interna*. Dircom.
<https://www.dircom.org>
- Álvarez, J. (2007). Comunicación Interna, la Estrategia del Exito. *Razón y Palabra*(56),
7. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520729023>
- Blas, J. (2023). *Canales de comunicación: muchos más de los que imaginas*.
<https://dinantia.com/es/guia-practica-comunicacion/canales-de-comunicacion/>
- Castillo, A. (2010). *Introducción a las relaciones públicas*. España.
https://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf
- Collantes, C., & Tenorio, K. (2015). *Análisis de la comunicación interna dentro del movimiento internacional de la Cruz Roja y Media Luna Roja filial Chiclayo – 2014*. Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán, E.A.P. Ciencias de la Comunicación, Pimentel. Obtenido de
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/3430/Collantes%20-%20Tenorio%20.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Brea, L. (2014). *Factores determinantes del sentido de pertenencia de los estudiantes de Arquitectura de los estudiantes de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, Campus Santo Tomás de Aquino*. [Tesis de pregrado, Universidad de Murcia]
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/284952/TLMBA.pdf?sequence>
- Cruz, S. (2020). *Relación entre marketing interno y el sentido de pertenencia laboral en docentes de una Universidad Privada de Lima*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Federico Villarreal, Escuela Universitaria de Posgrado, Lima] <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3288711>
- Economía de la empresa. (2021). Comunicación interna y sus tipos.
<https://www.bing.com/videos/riverview/relatedvideo?q=flujos+de+la+comuni>

caci%c3%b3n+interna&mid=B12433021D61CF828D41B12433021D61CF828D41&FORM=VIRE

García, D. (s.f.). *Sicología Hoy*. La teoría de la identidad social explicada: https://www.sicologia hoy.com/inteligencia/la-teoria-la-identidad-social-explicada/#google_vignette

Gavidia, G., & Gómez, M. Á. (2017). *Diagnóstico de la comunicación interna en el personal administrativo de la Municipalidad Distrital de Santa – 2016*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Santa, Facultad de Educacion y Humanidades, Nuevo Chimbote] <https://repositorio.uns.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14278/3086/Tesis%20Gavidia%20-%20Gomez.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. Primera edición. México: McGraw-Hill Interamericana editores, S.A. de C.V.

Huerta, A. (2018). El sentido de pertenencia y la identidad como determinante de la conducta, una perspectiva desde el pensamiento complejo. *Rediech*, 9(16), 83-97. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-85502018000100083

Miño, D. (2014). *Evolución de la comunicación interna: de la cultura organizacional 1.0 a 2.0*. Tesis de maestría, Universidad Central del Ecuador, Facultad de Comunicación Social, Quito. <https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/d6e0a45b-fe77-49a4-badb-29b60d8c74c4/content#page=94&zoom=100,109,164>

Montes, C., Ayala, M., & Barros, J. (2022). Comunicación interna: caracterización y análisis de trabajo realizado por empresas que pertenecen a ranking Great Place to Work® Chile*. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 21 (41), 1-27. doi:<https://doi.org/10.22395/angr.v21n41a4>

NAL3. (2021). *Comunicación interna y externa: claves en tu empresa*.

<https://nal3.com/central-de-contenidos/comunicacion-interna-y-externa-claves-en-tu-empresa/>

Puyén, D. (2024). *Valoración de los flujos de la comunicación interna en colaboradores de la I.E. 10024 Nuestra Señora de Fátima, Chiclayo, 2022*. Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Escuela de Comunicación, Chiclayo. <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/7227?locale=es>

Ramírez, L. (2021). *La comunicación interna y el sentido de pertenencia en los colaboradores de un Instituto Nacional de Salud Mental de Lima durante el 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología, Lima]

Sandoval, N. (2017). *Evaluación de la comunicación interna en la Municipalidad de Comas en mayo del 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lima] <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/2098>

Tamato, S. (2020). Comunicación interna, clima organizacional y satisfacción laboral: una reflexión necesaria. *Folletos Gerenciales*, XXIV(3), 208-217. <https://research.ebsco.com/c/rgbq55/viewer/pdf/tdcikqdepv>

Torrealba, J. (2024). *Pirámide de Maslow: qué es, niveles e importancia*. TuinfoSalud: <https://www.tuinfosalud.com/articulos/piramide-de-maslow/>

Vera, K. (2015). *Influencia de la comunicación interna en el sentido de pertenencia de los colaboradores de la empresa l&S NASSI SAC - La Esperanza. 2015*. [Tesis de pregrado, Universidad de Trujillo, Facultad de Ciencias Sociales, Trujillo] <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/3173>

Zapata, L. (s.f.). *Acción*. https://leliapata.com/funciones-de-la-comunicacion-interna#5_funciones_de_la_comunicacion_interna

Zendesk. (2024). *Flujos de comunicación interna: 3 tips de éxito para potenciar la gestión*. <https://www.zendesk.com.mx/blog/flujos-comunicacion-interna/>

ANEXOS

Anexo 1: Instrumentos de investigación

Anexo 2: Formato de validación de instrumentos

Anexo 3: Matriz de Consistencia

Anexo 4: Declaración de originalidad de Tesis

Anexo 5: Screenshot del procesamiento de información

Anexo 6: Solicitud de consentimiento informado

Anexo 7: Evidencias gráficas del trabajo de campo

Anexo 1: Instrumentos de investigación

CUESTIONARIO DE ENCUESTA

Estimado colaborador:

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la relación que existe entre la comunicación interna y el sentido de pertenencia en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023.¹

Marque con un aspa el casillero que se ajuste mejor a su opinión.

ESCALAS:

1	N	Nunca
2	CN	Casi nunca
3	AV	A veces
4	CS	Casi siempre
5	S	Siempre

N°	PREGUNTAS	N (1)	CN (2)	AV (3)	CS (4)	S (5)
VX	COMUNICACIÓN INTERNA					
01	¿La información que le brinda la Gerencia, Administración y los jefes de área de la institución es clara y precisa?				X	
02	¿Su jefe dedica tiempo y esfuerzo para escuchar a los trabajadores?					X
03	¿Su jefe demuestra conocimiento en el cumplimiento de las funciones y/o tareas laborales que se presentan?				X	
04	¿La institución demuestra compromiso por mantener una fuerza laboral diversa (género, edad, etnia, condición social, religión, etc)?			X		
05	¿Cree usted que se fomenta la participación de los trabajadores en las ceremonias y/o fechas especiales de la institución?				X	
06	¿La institución utiliza canales o formas de comunicación para recibir los comentarios, consultas o dudas de los trabajadores?					X
07	¿La información que recibe desde la alta dirección, contribuye con su desempeño laboral?				X	
08	¿Considera que mantiene buenas relaciones y comunicación con sus compañeros de trabajo?			X		
09	¿Normalmente todos los trabajadores reciben un buen trato, independientemente del cargo o tipo de contrato?				X	
10	¿Los trabajadores suelen adaptarse de manera rápida a los cambios ocurridos en la institución?					X

¹ Instrumento validado y adaptado de la tesis: "Relación de la Comunicación Interna y el Sentido de Pertenencia de los colaboradores del Instituto Nacional de Salud Mental "Honorio Delgado - Hideyo Noguchi". (Ramírez, 2021, anexo 2)

11	¿Los medios de comunicación utilizados internamente en la institución, facilitan el cumplimiento de los objetivos en la institución?					X
12	¿Se reúne con su jefe inmediato o superiores (de manera individual o grupal) para recibir indicaciones sobre sus funciones o tareas?				X	
13	La institución, ¿publica (en periódicos murales o boletines) información de utilidad para los trabajadores?				X	
14	La institución, ¿emplea diversos medios digitales que permiten la comunicación fluida dentro de su área de trabajo?					X
15	¿La institución actualiza constantemente su portal web oficial?				X	
VY	SENTIDO DE PERTENENCIA					
16	¿Se siente ligado emocionalmente a la institución municipal?					X
17	Aunque tuviera la oportunidad de cambiar de trabajo, ¿preferiría quedarse en la institución?				X	
18	¿Tiene lealtad hacia su institución municipal?				X	
19	La institución, ¿desarrolla actividades para fortalecer los valores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha?				X	
20	La Municipalidad Distrital de Yanacancha, ¿difunde con claridad su misión y visión a sus trabajadores?				X	
21	¿Cree que la mayoría de los trabajadores actúa según los valores y filosofía de la institución?				X	
22	¿Sus compañeros suelen ser tolerantes entre sí?					X
23	¿Considera usted que la institución municipal celebra sus logros y aprendizajes personales?					X
24	¿Mantiene usted una buena relación con su jefe inmediato?					X
25	Entre sus compañeros, ¿hay apoyo y ayuda mutua?				X	
26	¿Tiene la oportunidad de crecer dentro de la institución?				X	
27	Su puesto de trabajo ¿va acorde con las habilidades y limitaciones que usted posee?				X	

Yanacancha, julio de 2024.

ENCUESTADOR: Ever Kelin

Anexo 2: Formato de validación de instrumentos

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PREGUNTAS		Claridad en redacción					Relevancia del estudio					Pertinencia de la investigación					Sugerencias
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
VARIABLE INDEPENDIENTE: COMUNICACIÓN INTERNA	DIM. X1: EMISOR	1. ¿La información que le brinda la dirección general o los jefes de área de la institución es clara y precisa? (HABILIDADES COMUNICATIVAS)					X					X					X
		2. ¿Su jefe dedica tiempo y esfuerzo a escuchar a los trabajadores? (ACTITUDES)					X					X					X
		3. ¿Su jefe demuestra conocimiento en el cumplimiento de las funciones y/o tareas laborales que se presentan? (CONOCIMIENTO)					X					X					X
		4. ¿La institución demuestra compromiso por mantener una fuerza laboral diversa (género, edad, etnia, condición social, religión, etc.)? (SISTEMA SOCIAL)				X						X					X
		5. ¿Cree usted que se fomenta la participación de los trabajadores en las ceremonias y/o fechas especiales por la institución? (CULTURA)					X					X					X
	DIM. X2: FLUJOS DE COMUNICACIÓN	6. ¿La institución ha implementado canales de comunicación para recibir los comentarios, consultas o dudas de los trabajadores? (ASCENDENTE)					X				X						X
		7. ¿La información que recibe desde la alta dirección contribuye con su desempeño laboral? (DESCENDENTE)					X				X						X
		8. ¿Considera que mantiene buenas relaciones y comunicación con sus compañeros de trabajo? (HORIZONTAL)				X						X					X
	DIM. X3: FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN	9. ¿Normalmente todos los trabajadores reciben un buen trato, independientemente del cargo o tipo de contrato? (IMPLICANCIA PERSONAL)					X				X						X
		10. ¿Los trabajadores suelen adaptarse de manera rápida a los cambios ocurridos en la institución? (CAMBIO DE ACTITUDES)					X				X						X
		11. ¿Los medios de comunicación utilizados facilitan el cumplimiento de los objetivos en la institución? (MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD)					X					X					X

Observaciones: _____

Calificación del jurado experto:

Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez experto Doctor () /Maestro(X):

Miguel Ángel Lázcano Díaz

DNI: 09301791

Especialidad del jurado: Relaciones Públicas

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Fecha: 26-05-2021



Firma del juez experto

PLANTILLA DE VALIDACIÓN

Título de la tesis: Relación de la Comunicación Interna y el Sentido de Pertenencia de los colaboradores del Instituto Nacional de Salud Mental "Honorio Delgado – Hideyo Noguchi", periodo 2020.

Tipo de instrumento: Encuesta

Autor del instrumento: Lissette Paola Ramírez Carhuachin

Dirigido a: Trabajadores del Instituto Nacional de Salud Mental "Honorio Delgado – Hideyo Noguchi"

Juez o evaluador: Miguel Ángel Lazcano Díaz

Grado: Maestro

Especialidad: Relaciones Públicas

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Deficiente 00%-20%	Bajo 21%-40%	Regular 41%-60%	Bueno 61%-80%	Excelente 81%-100%
				X

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado (X)
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado ()



Firma del evaluador

Ramírez, L. (2021)

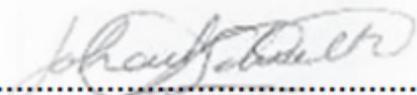
DNI: 09301791

Lima, 26 de mayo de 2021.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PREGUNTAS		Claridad en redacción					Relevancia del estudio					Pertinencia de la investigación					Sugerencias	
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
VARIABLE INDEPENDIENTE: COMUNICACIÓN INTERNA	DIM. X1: EMISOR	1. ¿La información que le brinda la dirección general o los jefes de área de la institución es clara y precisa? (HABILIDADES COMUNICATIVAS)					X					X					X	
		2. ¿Su jefe dedica tiempo y esfuerzo a escuchar a los trabajadores? (ACTITUDES)					X					X					X	
		3. ¿Su jefe demuestra conocimiento en el cumplimiento de las funciones y/o tareas laborales que se presentan? (CONOCIMIENTO)					X					X					X	
		4. ¿La institución demuestra compromiso por mantener una fuerza laboral diversa (género, edad, etnia, condición social, religión, etc.)? (SISTEMA SOCIAL)				X						X					X	
		5. ¿Cree usted que se fomenta la participación de los trabajadores en las ceremonias y/o fechas especiales por la institución? (CULTURA)					X					X					X	
	DIM. X2: FLUJOS DE COMUNICACIÓN	6. ¿La institución ha implementado canales de comunicación para recibir los comentarios, consultas o dudas de los trabajadores? (ASCENDENTE)					X					X					X	
		7. ¿La información que recibe desde la alta dirección contribuye con su desempeño laboral? (DESCENDENTE)					X					X					X	
		8. ¿Considera que mantiene buenas relaciones y comunicación con sus compañeros de trabajo? (HORIZONTAL)				X						X					X	
	DIM. X3: FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN	9. ¿Normalmente todos los trabajadores reciben un buen trato, independientemente del cargo o tipo de contrato. (IMPLICANCIA PERSONAL)				X						X					X	
		10. ¿Los trabajadores suelen adaptarse de manera rápida a los cambios ocurridos en la institución? (CAMBIO DE ACTITUDES)				X						X					X	
		11. ¿Los medios de comunicación utilizados facilitan el cumplimiento de los objetivos en la institución? (MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD)					X					X					X	

VARIABLE DEPENDIENTE: SENTIDO DE PERTENENCIA	DIM. X4: CANALES DE COMUNICACIÓN	12. ¿Se reúne con su jefe (de manera individual o grupal) para recibir indicaciones sobre sus funciones o tareas? (ORAL)					X							X	
		13. ¿La institución publica (en periódicos murales o boletines) información de utilidad para los trabajadores? (ESCRITO)					X							X	
		14. ¿La institución emplea diversos medios digitales que permiten la comunicación fluida dentro de su área de trabajo? (DIGITAL)					X							X	
		15. ¿La institución actualiza constantemente su portal web? (DIGITAL)					X							X	
	DIM. Y1: COMPROMISO	16. ¿Se siente ligado emocionalmente a la organización? (AFECTIVO)					X							X	
		17. ¿Aunque tuviera la oportunidad de cambiar de trabajo, preferiría quedarse en la institución? (CONTINUIDAD)					X				X			X	
		18. ¿Esta institución merece su lealtad? (NORMATIVO)					X				X			X	
	DIM. Y2: IDENTIDAD	19. ¿La institución desarrolla actividades para reforzar los valores del INSM "HD - HN"? (CULTURA)					X				X			X	
		20. ¿El INSM "HD-HN" difunde con claridad su misión y visión a sus trabajadores? (FILOSOFIA)				X					X			X	
		21. ¿La mayoría de trabajadores actúa según los valores y filosofía de la institución? (COMPORTAMIENTO)				X					X			X	
		22. ¿Sus compañeros suelen ser tolerantes entre sí? (COMPORTAMIENTO)				X					X			X	
	DIM. Y3: MOTIVACIÓN	23. ¿Considera usted que la organización celebra sus logros y aprendizajes? (LOGRO)				X					X			X	
		24. ¿Mantiene usted una buena relación con su jefe inmediato? (RELACIÓN)				X					X			X	
25. ¿Entre los compañeros hay apoyo y ayuda mutua? (RELACIÓN)					X					X			X		
26. ¿Tiene la oportunidad de crecer dentro de la institución? (CRECIMIENTO)					X					X			X		
27. ¿Su puesto de trabajo va acorde con las habilidades y limitaciones que usted posee? (CICLO VITAL)					X					X			X		



Firma del juez o evaluador

Lima, 27 de mayo de 2021.

Observaciones: _____

Calificación del jurado experto:

Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez experto Doctor () /Maestro(X):

Johana Sonia Schmidt Urdanivia

DNI: 10296747

Especialidad del jurado: Relaciones Públicas

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Fecha: 27-05-2021



Firma del juez experto

PLANTILLA DE VALIDACIÓN

Título de la tesis: Relación de la Comunicación Interna y el Sentido de Pertenencia de los colaboradores del Instituto Nacional de Salud Mental "Honorio Delgado – Hideyo Noguchi", periodo 2020.

Tipo de instrumento: Encuesta

Autor del instrumento: Lissette Paola Ramírez Carhuachin

Dirigido a: Trabajadores del Instituto Nacional de Salud Mental "Honorio Delgado – Hideyo Noguchi"

Juez o evaluador: Johana Sonia Schmidt Urdanivia

Grado: Maestra

Especialidad: Relaciones Públicas

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

<u>Deficiente</u> 00%-20%	Bajo 21%-40%	Regular 41%-60%	Bueno 61%-80%	<u>Excelente</u> 81%-100%
				X

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado (X)
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado ()



Firma del evaluador

DNI: 10296747

Lima, 27 de mayo de 2021.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PREGUNTAS		Claridad en redacción					Relevancia del estudio					Pertinencia de la investigación					Sugerencias		
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
VARIABLE INDEPENDIENTE: COMUNICACIÓN INTERNA	DIM. X1: EMISOR	1. ¿La información que le brinda la dirección general o los jefes de área de la institución es clara y precisa? (HABILIDADES COMUNICATIVAS)					X						X					X	
		2. ¿Su jefe dedica tiempo y esfuerzo a escuchar a los trabajadores? (ACTITUDES)				X					X					X			
		3. ¿Su jefe demuestra conocimiento en el cumplimiento de las funciones y/o tareas laborales que se presentan? (CONOCIMIENTO)					X					X					X		
		4. ¿La institución demuestra compromiso por mantener una fuerza laboral diversa (género, edad, etnia, condición social, religión, etc.)? (SISTEMA SOCIAL)					X					X					X		
		5. ¿Cree usted que se fomenta la participación de los trabajadores en las ceremonias y/o fechas especiales por la institución? (CULTURA)					X					X					X		
	DIM. X2: FLUJOS DE COMUNICACIÓN	6. ¿La institución ha implementado canales de comunicación para recibir los comentarios, consultas o dudas de los trabajadores? (ASCENDENTE)					X					X					X		
		7. ¿La información que recibe desde la alta dirección contribuye con su desempeño laboral? (DESCENDENTE)					X					X					X		
		8. ¿Considera que mantiene buenas relaciones y comunicación con sus compañeros de trabajo? (HORIZONTAL)				X					X					X			
	DIM. X3: FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN	9. ¿Normalmente todos los trabajadores reciben un buen trato, independientemente del cargo o tipo de contrato? (IMPLICANCIA PERSONAL)					X					X					X		
		10. ¿Los trabajadores suelen adaptarse de manera rápida a los cambios ocurridos en la institución? (CAMBIO DE ACTITUDES)				X					X					X		La pregunta es muy subjetiva, porque la adaptación depende de la voluntad del individuo y del centro de interés que este tenga.	
		11. ¿Los medios de comunicación utilizados facilitan el cumplimiento de los objetivos en la institución? (MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD)					X					X					X		

VARIABLE DEPENDIENTE: SENTIDO DE PERTENENCIA	DIM. X4: CANALES DE COMUNICACIÓN	12. ¿Se reúne con su jefe (de manera individual o grupal) para recibir indicaciones sobre sus funciones o tareas? (ORAL)					X					X				X		
		13. ¿La institución pública (en periódicos murales o boletines) información de utilidad para los trabajadores) (ESCRITO)					X						X				X	
		14. ¿La institución emplea diversos medios digitales que permiten la comunicación fluida dentro de su área de trabajo? (DIGITAL)					X						X				X	
		15. ¿La institución actualiza constantemente su portal web? (DIGITAL)					X						X				X	
	DIM. Y1: COMPROMISO	16. ¿Se siente ligado emocionalmente a la organización? (AFECTIVO)					X						X				X	
		17. ¿Aunque tuviera la oportunidad de cambiar de trabajo, preferiría quedarse en la institución? (CONTINUIDAD)					X						X				X	
		18. ¿Esta institución merece su lealtad? (NORMATIVO)			X					X					X			Es una pregunta subjetiva y condicionante, difícilmente alguien daría una respuesta negativa
	DIM. Y2: IDENTIDAD	19. ¿La institución desarrolla actividades para reforzar los valores del INSM "HD - HN"? (CULTURA)					X						X				X	
		20. ¿El INSM "HD-HN" difunde con claridad su misión y visión a sus trabajadores? (FILOSOFÍA)					X						X				X	
		21. ¿La mayoría de trabajadores actúa según los valores y filosofía de la institución? (COMPORTAMIENTO)					X						X				X	
		22. ¿Sus compañeros suelen ser tolerantes entre sí? (COMPORTAMIENTO)					X						X				X	
	DIM. Y3: MOTIVACIÓN	23. ¿Considera usted que la organización celebra sus logros y aprendizajes? (LOGRO)					X						X				X	
		24. ¿Mantiene usted una buena relación con su jefe inmediato? (RELACIÓN)					X						X				X	
25. ¿Entre los compañeros hay apoyo y ayuda mutua? (RELACIÓN)						X						X				X		
26. ¿Tiene la oportunidad de crecer dentro de la institución? (CRECIMIENTO)						X						X				X		
27. ¿Su puesto de trabajo va acorde con las habilidades y limitaciones que usted posee? (CICLO VITAL)					X						X				X			

.....
Firma del juez o evaluador

Lima, 16 de junio de 2021.

Observaciones: _____

Calificación del jurado experto:

Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez experto Doctor (X) /Maestro():

Jorge Luis Ruiz Cruz

DNI: 15840740

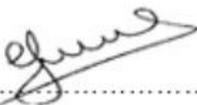
Especialidad del jurado: Comunicaciones

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Fecha: 16-06-2021


.....

Firma del juez experto

PLANTILLA DE VALIDACIÓN

Título de la tesis: Relación de la Comunicación Interna y el Sentido de Pertenencia de los colaboradores del Instituto Nacional de Salud Mental "Honorio Delgado – Hideyo Noguchi", periodo 2020.

Tipo de instrumento: Encuesta

Autor del instrumento: Lissette Paola Ramírez Carhuachin

Dirigido a: Trabajadores del Instituto Nacional de Salud Mental "Honorio Delgado – Hideyo Noguchi"

Juez o evaluador: Jorge Luis Ruiz Cruz

Grado: Doctor

Especialidad: Comunicaciones

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Deficiente 00%-20%	Bajo 21%-40%	Regular 41%-60%	Bueno 61%-80%	Excelente 81%-100%
				90%

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado ()
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado ()



.....
Firma del evaluador

DNI: 15840740
Lima, 16 de junio de 2021

<p>PE 03: ¿Qué relación existe entre las funciones de la comunicación interna con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023?</p> <p>PE 04: ¿Qué relación hay entre los canales de comunicación interna con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023?</p>	<p>OE 03: Establecer la relación existente entre las funciones de la comunicación interna con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023.</p> <p>OE 04: Determinar la relación que existe entre los canales de comunicación interna con el sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023.</p>	<p>sentido de pertenencia de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023.</p> <p>HE 03: Las funciones de la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Yanacancha tienen una correlación positiva moderada con el sentido de pertenencia de los trabajadores.</p> <p>HE 04: Los canales de comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Yanacancha, tienen una correlación positiva moderada con el sentido de pertenencia de los trabajadores en el año 2023.</p>			<p><u>Instrumento:</u> dos cuestionarios con 5 escalas de Likert de 15 y 12 reactivos, respectivamente.</p> <p><u>Procedimiento de recolección de datos:</u> Los cuestionarios fueron aplicados a las unidades de investigación de manera directa y presencial.</p> <p><u>Procesamiento de datos:</u> Uso de estadísticos descriptivo e inferencial. Procesamiento de datos en el estadístico SPSS v-26 y coeficiente Rho de Spearman.</p>
---	---	---	--	--	--

Anexo 4: Declaración de originalidad de Tesis



“Año del bicentenario de la consolidación de nuestra independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Por medio del presente documento, yo, Jhon Alex CLARO HERMITAÑO, identificado con código de matrícula N° 1091013027 y DNI N° 71925211, declaro bajo juramento que los contenidos de la Tesis titulada: “La comunicación interna y el sentido de pertenencia en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023, es de mi co-autoría, por lo que me responsabilizo por las consecuencias civiles, administrativas o penales que pudieran derivarse, en caso se detecten textos parciales o totales plagiados y que no estén citados o referenciados en reconocimiento a los autores de las fuentes de información utilizadas para el estudio.

Asimismo, autorizo a los interesados que deseen utilizar la información contenida en esta Tesis para fines educativos o de investigación, lo pueden hacer, citando a los autores del estudio.

Para mayor constancia, firmo la presente declaración de originalidad en la ciudad de Cerro de Pasco, en agosto del año 2024.

Jhon Alex CLARO HERMITAÑO
DNI N° 71925211



"Año del bicentenario de la consolidación de nuestra independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Por medio del presente documento, yo, Ever Kelin GUILLERMO CRUZ, identificado con código de matrícula N° 1421013031 y DNI N° 73203598, declaro bajo juramento que los contenidos de la Tesis titulada: "La comunicación interna y el sentido de pertenencia en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023, es de mi co-autoría, por lo que me responsabilizo por las consecuencias civiles, administrativas o penales que pudieran derivarse, en caso se detecten textos parciales o totales plagiados y que no estén citados o referenciados en reconocimiento a los autores de las fuentes de información utilizadas para el estudio.

Asimismo, autorizo a los interesados que deseen utilizar la información contenida en esta Tesis para fines educativos o de investigación, lo pueden hacer, citando a los autores del estudio.

Para mayor constancia, firmo la presente declaración de originalidad en la ciudad de Cerro de Pasco, en agosto del año 2024.



Ever Kelin GUILLERMO CRUZ
DNI N° 73203598

Anexo 5: Screenshot del procesamiento de información

DATOS COMUNICACIÓN Y PERTENENCIA - MDY - Excel																											
Inicio																											
E17																											
	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	
1	<p>4. ¿La institución demuestra compromiso por mantener una fuerza laboral diversa (género, edad, etnia, condición social, religión, etc.)?</p> <p>5. ¿Cree usted que se fomenta la participación de los trabajadores en las ceremonias y/o fechas especiales de la institución (fiestas, carnavales o formas de comunicación para recibir los comentarios, consultas o dudas de los trabajadores)?</p> <p>7. ¿La información que recibe desde la alta dirección, contribuye con su desempeño laboral?</p> <p>8. ¿Considera que mantiene buenas relaciones y comunicación con sus compañeros de trabajo?</p> <p>9. ¿Normalmente todos los trabajadores reciben un buen trato, independientemente del cargo o tipo de contrato?</p> <p>10. ¿Los trabajadores suelen adaptarse de manera rápida a los cambios ocurridos en la institución?</p> <p>11. ¿Los medios de comunicación utilizados internamente en la institución, facilitan el cumplimiento de los objetivos en la institución?</p> <p>12. ¿Se reúne con su jefe inmediato o superiores (de manera individual o grupal) para recibir indicaciones sobre sus funciones o tareas?</p> <p>13. La institución, publica (en periódicos murales o boletines) información de utilidad para los trabajadores?</p> <p>14. La institución, emplea diversos medios digitales que permiten la comunicación fluida dentro de su área de trabajo?</p> <p>15. ¿La institución actualiza constantemente su portal web oficial?</p> <p>16. ¿Se siente ligado emocionalmente a la institución municipal?</p> <p>17. Aunque tuviera la oportunidad de cambiar de trabajo, ¿preferiría quedarse en la institución?</p> <p>18. ¿Tiene lealtad hacia su institución municipal?</p> <p>19. La institución, desarrolla actividades que fomentan los valores de la Municipalidad Distrital de Yancancha?</p> <p>20. La Municipalidad Distrital de Yancancha, ¿difunde con claridad su misión y visión a sus trabajadores?</p> <p>21. ¿Cree que la mayoría de los trabajadores actúa según los valores y filosofía de la institución?</p> <p>22. ¿Sus compañeros suelen ser tolerantes entre sí?</p> <p>23. ¿Considera usted que la institución municipal celebra sus logros y aprendizajes personales?</p> <p>24. ¿Mantiene usted una buena relación con su jefe inmediato?</p> <p>25. Entre sus compañeros, ¿hay apoyo y ayuda mutua?</p> <p>26. ¿Tiene la oportunidad de crecer dentro de la institución?</p> <p>27. Su puesto de trabajo, ¿va acorde con las habilidades y limitaciones que usted posee?</p>																										
2	COMUNICACIÓN INTERNA													SENTIDO DE PERTENENCIA													
3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	PERSONAL D.L. 2
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
8	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4
9	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
10	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
11	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
12	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
13	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5
14	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
15	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
16	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
17	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
18	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	2	3	2	4	2	3	3	3	3	PERSONAL CAS
19	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
20	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
22	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
24	3	5	3	2	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	5
25	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3	3	3
28	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
30	3	5	5	5	4	5	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
31	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda Compartir

Calibri 11 A A
Ajustar texto
General
Formato condicional
Dar formato como tabla
Estilos de celda
Insertar Eliminar Formato
Autosuma
Rellenar
Borrar
Ordenar y filtrar
Buscar y seleccionar

Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas Edición

	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD
5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5			
6	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4		
7	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4		
8	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4		
9	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5		
10	3	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4		
11	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5		
12	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4		
13	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	5		
14	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5		
15	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4		
16	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4		
17	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5		
18	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	2	3	2	4	2	3	3	PERSONAL CAS	
19	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5		
20	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5		
21	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	2	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5		
22	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5		
23	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	3	4		
24	3	5	3	2	4	3	3	3	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	4	5	5		
25	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4		
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
27	5	5	4	5	3	5	5	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3		
28	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5		
29	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4		
30	3	5	5	4	5	3	3	4	3	4	3	4	3	5	4	3	3	5	3	5	3	5	3	4		
31	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5		
32	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	3	5	5		
33	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	2	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	4	5		
34	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5		
35	4	3	5	5	5	5	4	3	5	2	4	5	4	5	5	3	5	4	3	3	5	4	5	5		
36	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5		
37	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
38	1	5	4	5	5	3	3	4	5	5	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
39	2	3	1	5	4	1	3	3	1	3	3	4	5	5	5	1	3	1	3	3	1	3	5	5		
40	1	1	1	2	4	3	3	3	4	4	2	1	3	2	4	3	3	2	3	4	4	3	3	2		
41	3	4	3	3	5	5	3	3	5	5	4	3	5	3	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5		
42	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4		
43	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5		
44	5	5	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	5	3	3	3	4	3	4	5	3	4		
45	1	5	4	5	5	3	3	3	5	5	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
46	5	5	4	5	3	5	5	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3		

Anexo 6: Solicitud de consentimiento informado



"Año del Bicentenario de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

Cerro de Pasco, 30 de julio de 2024.

Señor
Irmer PALACIOS PANEZ
Gerente Municipal de la Municipalidad Distrital de Yanacancha

Ciudad.-

ASUNTO: Solicito autorización para aplicación de encuesta

De mi consideración:

Por medio de la presente saludo cordialmente a usted y, es para poner en su conocimiento que los ex alumnos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC, Jhon Alex CLARO HERMITAÑO y Ever Kelin GUILLERMO CRUZ, vienen desarrollando su proyecto de tesis titulada **La comunicación interna y el sentido de pertenencia en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yanacancha, Pasco 2023**, de cuya ejecución el suscrito es docente asesor. Por tal motivo recorro a su digno despacho para solicitarle la autorización para la aplicación de la encuesta entre los trabajadores de los regímenes D.L. 276 y Ley 1057 (CAS), que prestan servicios en la Municipalidad de su digna dirección.

Seguro de contar con su amable atención, de Ud. me despido reiterándole las muestras de mi estima personal.


Jhon Alex CLARO HERMITAÑO
D.N.I. N° 71925211

Atentamente,


Ever Kelin GUILLERMO CRUZ
D.N.I. N° 73203698


Dr. Pedro Amílcar CHARRY AYSANO
Docente asesor

Recibido


MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YANACANCHA
Lif. Adm. Irmer PALACIOS PANEZ
GERENTE MUNICIPAL
31/07 - 2024
17.50

Anexo 7: Evidencias gráficas del trabajo de campo



*Los autores del trabajo aplicando la encuesta en los trabajadores de la
Municipalidad Distrital de Yanacancha*





Se tuvo la autorización verbal del Gerente Municipal para el desarrollo de la encuesta en las oficinas de la municipalidad.





El jefe de Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Yanacancha fue uno de los colaboradores del estudio, así como personal de confianza del D.L.

276.

