

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**Comunicación interna y percepción de la imagen institucional de  
la municipalidad provincial de Zarumilla, Tumbes 2022**

**Tesis**

Para optar el Título profesional de Licenciado en Ciencias de la  
Comunicación

**Autor:**

Bach. Antony Martín Guerrero Farfán

**Tumbes, 2023**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**Comunicación interna y percepción de la imagen institucional de  
la municipalidad provincial de Zarumilla, Tumbes 2022**

**Tesis aprobada en forma y estilo por:**

Dr. Mena Farfán, Karl Vladimir (presidente)  
DNI N° 16727481  
ORCID N° 0000-0002-0995-5300

Dr. Arroyo Coicco, Ruperto (secretario)  
DNI N° 42366595  
ORCID N° 0000-0003-0576-1872

Mg. Imán Tineo, Gloria Elizabeth (Vocal)  
DNI N° 00253133  
ORCID N° 0000-0003-3364-039X

**Tumbes, 2023**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**Comunicación interna y percepción de la imagen institucional de  
la municipalidad provincial de Zarumilla, Tumbes 2022**

Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido y  
forma.

Br. Guerrero Farfán, Antony Martín (Autor)  
DNI N° 71984211  
ORCID N° 0009-0001-5423-932X

Dra. Purizaga Sorroza, Maritza (Asesora)  
DNI N° 00219261  
ORCID N° 0000-0002-7666-8379

**Tumbes, 2023**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Tumbes, del día miércoles 13 de diciembre del 2023, siendo las 13:00 horas de manera presencial en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Sociales, se reunió el Jurado Calificador designado por RESOLUCIÓN N° 225-2023/UNTUMBES-FACSO-D., Presidente: Dr. Karl Vladimir Mena Farfán, Secretario: Mg. Ruperto Arroyo Coico, Vocal: Mg. Gloria Elizabeth Iman Tineo, reconociendo en la misma resolución al Dra. Maritza Asunciona Purizaga Sorroza como asesora, se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis, titulada: “Comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalizada Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022”, para optar el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, presentado por el:

Bachiller: Guerrero Farfán Antony Martin

De la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Tumbes.

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas por parte del sustentante y después de la deliberación, el jurado según el artículo N° 65 del Reglamento de Tesis para pregrado y posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara al Bachiller Guerrero Farfán, Antony Martin APROBADO, con calificativo 17.

Se hace conocer a la sustentante, que deberá levantar las observaciones finales hechas al informe final de tesis, que el jurado le indica.

En consecuencia, queda Guerrero Farfán, Antony Martín para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del título profesional de licenciado en Ciencias de la Comunicación, de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, el estatuto, Reglamento General, Reglamento General de Grados y Títulos y Reglamento de Tesis de la universidad nacional de Tumbes. Siendo las 13:00 a. m. horas con 45 minutos del mismo día, se dio por concluida la ceremonia académica procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, 13 de diciembre del 2023

Dr. Karl Vladimir Mena Farfán DNI N°16727481 Código Orcid: 0000-0002-0995-5300 Presidente	Dr. Ruperto Arroyo Coico DNI N°42366595 Código Orcid: 0000-0003-0576-1872 Secretario
Mg. Gloria Elizabeth Iman Tineo DNI N° 00253133 Código Orcid: 0000-0003-3364-039X Vocal	

CC.

- Jurados (03)
- Asesor
- Interesado
- Archivo (Decanato)

# Comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la municipalidad provincial de Zarumilla, Tumbes 2023

*por* Antony Martin Guerrero Farfán



---

Fecha de entrega: 11-dic-2023 06:40p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2256161124

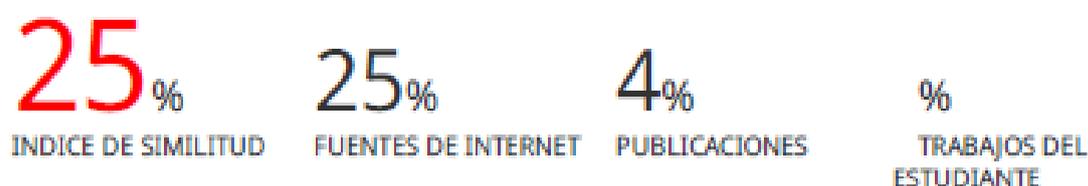
Nombre del archivo: ANTONY\_GUERRERO\_FARF\_N-INFORME\_FINAL11\_DIC\_TARDE\_1.docx (2.61M)

Total de palabras: 17386

Total de caracteres: 103864

# Comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la municipalidad provincial de Zarumilla, Tumbes 2023

## INFORME DE ORIGINALIDAD



## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://repositorio.untumbes.edu.pe">repositorio.untumbes.edu.pe</a> Fuente de Internet	11%
2	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	4%
3	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	4%
4	<a href="https://repositorio.unheval.edu.pe">repositorio.unheval.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="https://1library.co">1library.co</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="https://www.dspace.uce.edu.ec">www.dspace.uce.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="https://repositorio.ug.edu.ec">repositorio.ug.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="https://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1%
9	<a href="https://repositorio.unjfsc.edu.pe">repositorio.unjfsc.edu.pe</a> Fuente de Internet	

		<1 %
10	<a href="http://theconversation.com">theconversation.com</a> Fuente de Internet	<1 %
11	<a href="http://www.goconqr.com">www.goconqr.com</a> Fuente de Internet	<1 %
12	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Fuente de Internet	<1 %
13	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	<1 %
14	<a href="http://bdigital.uncu.edu.ar">bdigital.uncu.edu.ar</a> Fuente de Internet	<1 %
15	<a href="http://www.untumbes.edu.pe">www.untumbes.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
16	<a href="http://repositorio.usanpedro.edu.pe">repositorio.usanpedro.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
17	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1 %
18	<a href="http://revistas.untumbes.edu.pe">revistas.untumbes.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
19	<a href="http://rmjd1619c.blogspot.com">rmjd1619c.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1 %
20	<a href="http://repositorio.unap.edu.pe">repositorio.unap.edu.pe</a> Fuente de Internet	 <1 %

21	<a href="http://gestion.pe">gestion.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
22	<a href="http://repositorio.autonoma.edu.pe">repositorio.autonoma.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
23	<a href="http://repositorio.unan.edu.ni">repositorio.unan.edu.ni</a> Fuente de Internet	<1 %
24	<a href="http://repositorio.unfv.edu.pe">repositorio.unfv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
25	Carlos E. Hernández, Natalia Carpio. "Introducción a los tipos de muestreo", ALERTA Revista Científica del Instituto Nacional de Salud, 2019 Publicación	<1 %
26	<a href="http://www.mindmeister.com">www.mindmeister.com</a> Fuente de Internet	<1 %
27	<a href="http://repositorio.unasam.edu.pe">repositorio.unasam.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
28	<a href="http://repositorio.utc.edu.ec">repositorio.utc.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
29	<a href="http://www.jourlib.org">www.jourlib.org</a> Fuente de Internet	 <1 %
30	Bustamante Ospina, Edilson, Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat. "La Comunicación interna y la promoción de la	<1 %

salud : estudio de caso en Madrid Salud /",  
[Bellaterra] : Universitat Autònoma de  
Barcelona,, 2013

Fuente de Internet

---

<b>31</b>	<b>repositorio.autonomadeica.edu.pe</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>32</b>	<b>repositorio.une.edu.pe</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>33</b>	<b>repositorio.unsch.edu.pe</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>34</b>	<b>revistas.uide.edu.ec</b> Fuente de Internet	<1 %

---



---

Excluir citas      Activo  
Excluir bibliografía      Activo

Excluir coincidencias      < 15 words

## **DEDICATORIA:**

*Mi estudio de investigación se lo dedico a toda mi familia, amigos, compañeros de estudios que estuvieron incondicionalmente ahí en cada momento para apoyarme, comprenderme y con éxitos culminar mis estudios.*

*Antony Guerrero Farfán*

## **AGRADECIMIENTO:**

*Agradezco a Dios el ser que nos da el aliento de vida, las fuerzas necesarias para todo lo que nos proponemos.*

*A los funcionarios de la Municipalidad Provincial de Zarumilla por permitirme realizar mi investigación.*

*A mi asesora, mis docentes, porque siempre estuvieron dispuestos a enseñarme, por su paciencia y sus sabias enseñanzas.*

*A mi familia por estar siempre incondicionalmente ahí.*

# ÍNDICE

	<i>Pág.</i>
Carátula y primera página.....	i
Carátula firmada por el jurado.....	ii
Carátula de originalidad.....	iii
Copia de acta de sustentación.....	iv
Dedicatoria.....	x
Agradecimiento.....	xi
Índice de contenido.....	xii
Índice de tablas.....	xiii
Índice de figuras.....	xiv
Índice de anexos.....	xv
Resumen.....	xvi
Abstract.....	xvii
I. Introducción.....	18
II. Revisión de literatura.....	23
III. Métodos y materiales.....	51
IV. Resultados y discusión.....	55
V. Conclusiones.....	58
VI. Recomendaciones.....	59
VII. Referencias bibliográficas.....	60
Anexos.....	69

## ÍNDICE DE TABLAS

	<i>Pág.</i>
<b>Cuadro 1:</b> Operacionalización de las variables	43
<b>Cuadro 2.</b> Distribución de la población de la Municipalidad Provincial de Zarumilla	45
<b>Cuadro 3.</b> Distribución de la muestra de la Municipalidad Provincial de Zarumilla.	46
<b>Cuadro 4.</b> <i>Estadísticas de fiabilidad</i>	48
<b>Cuadro 5:</b> Relación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022.	52
<b>Cuadro 6:</b> Prueba de hipótesis correlación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022.	53
<b>Cuadro 7:</b> Describir la comunicación interna entre trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla	54
<b>Cuadro 8:</b> Indagar sobre la percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, que tienen los pobladores de esta provincia.	55

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<i>Pág.</i>
<b>Figura 1:</b> Distribución porcentual de la relación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022.	52
<b>Figura 2:</b> Distribución porcentual de la comunicación interna apreciada por los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022.	53
<b>Figura 3:</b> Distribución porcentual de la imagen institucional apreciada por los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022.	54

## ÍNDICE DE ANEXOS

	<i>Pág.</i>
<b>Anexo 1.</b> Matriz de consistencia del estudio de investigación	74
<b>Anexo 2.</b> Instrumentos de investigación	76
<b>Anexo 3.</b> Informe de similitud mediante el software Turnitin.	82
<b>Anexo 4.</b> Escala de confiabilidad – Alfa de Cronbach – Índice de consistencia interna.	83
<b>Anexo 5.</b> Constancia de validación del instrumento de investigación por el “Juicio de expertos”.	88
<b>Anexo 6.</b> Instrumento de investigación aplicado de manera digitalizada.	94
<b>Anexo 7.</b> Aplicación del cuestionario a pobladores y trabajadores	95
<b>Anexo 8</b> Calificación de los cuestionarios	96
<b>Anexo 9.</b> Solicitud de autorización para aplicación de instrumentos	98

## RESUMEN

El estudio de investigación titulado: “Comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2023”, tuvo como objetivo: Determinar la relación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2023. Investigación de enfoque cuantitativo, de tipo de estudio correlacional, de diseño No experimental; utilizando como instrumento de investigación el cuestionario, se aplicaron dos cuestionarios virtuales fue aplicado a una muestra de 104 trabajadores de la municipalidad. Se determinó a través de la fórmula estadística para calcular el tamaño de la muestra y se aplicó el muestreo probabilístico aleatorio simple. Para constatar las hipótesis de estudio se trabajó con la prueba estadística del coeficiente correlacional de Rho de Spearman. Los resultados obtenidos demostraron un nivel regular de un 99% para ambas variables, así mismo se percibe la comunicación intrapersonal con un 89.5%, la comunicación interpersonal de 87.5% y Comunicación institucional de 73% nivel regular. También la imagen física se percibe con un 67.3%, la imagen conceptual con un 56.7% y la imagen valorativa con un 49% nivel regular. En conclusión, existe relación directa entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de 0.810, aceptándose la hipótesis de investigación siendo el valor de significancia 0,000 inferior al nivel establecido en el campo de la investigación 0.05.

**Palabras clave:** Comunicación interna, imagen institucional, trabajadores Municipalidad Zarumilla.

## ABSTRACT

The research study titled: "Internal communication and perception of the institutional image of the Provincial Municipality of Zarumilla, Tumbes 2023", had as its objective: Determine the relationship between internal communication and perception of the institutional image of the Provincial Municipality of Zarumilla, Tumbes 2023. Research with a quantitative approach, correlational study type, non-experimental design; Using the questionnaire as a research instrument, two virtual questionnaires were applied to a sample of 104 municipal workers. It was determined through the statistical formula to calculate the sample size and simple random probabilistic sampling was applied. To verify the study hypotheses, the statistical test of Spearman's Rho correlation coefficient was used. The results obtained demonstrated a regular level of 99% for both variables, likewise, intrapersonal communication was perceived with 89.5%, interpersonal communication with 87.5% and institutional communication with a regular level with 73%. Also the physical image is perceived with 67.3%, the conceptual image with 56.7% and the evaluative image with 49% regular level. In conclusion, there is a direct relationship between internal communication and perception of the institutional image of 0.810, accepting the research hypothesis with the significance value being 0.000 lower than the level established in the field of research 0.05.

Keywords: Internal communication, institutional image, Zarumilla Municipality workers.

## I. INTRODUCCIÓN

Es importante que se describa la realidad problemática sobre comunicación interna e imagen institucional desde distintos contextos: internacional, nacional y local; por ende, la investigación pretende conocer la relación entre las mismas y su comportamiento del sujeto u objeto de estudio en la actualidad; no obstante, es trascendental el planteamiento de las variables, con el fin de hallar soluciones a situaciones futuras; en consecuencia, se examinará la información desde distintas perspectivas.

Actualmente en el ámbito laboral la comunicación corporativa es catalogada como componente primordial para alcanzar objetivos estratégicos como solución para superar las debilidades de productividad en las organizaciones. Se ha logrado identificar que si las organizaciones poseen una administración correcta de la comunicación estas reducen los niveles de conflictos. Ante los diversos cambios de la sociedad actual las organizaciones deben manejar un plan estratégico de comunicación con objetivos estratégicos claros, precisos y alcanzables obedeciendo una cultura e identidad (Miranda, 2018).

Según Benegas (2020) precisa que la comunicación interna es un proceso intercomunicacional practicado en el interior de las instituciones, con el cumplimiento de políticas cumplen sus logros y metas formuladas, involucra a los distintos componentes de la organización directivos y trabajadores, se practica con el fin de promover un clima de integración para incrementar la competitividad y productividad.

Igualmente, Bravo & Damián (2021) define a la imagen institucional como la complacencia total que tienen los integrantes de una empresa y sus usuarios, los mismos que se dejan influir por la calidad de servicio o producto ofrecidos por una institución. En este sentido, la comunicación interna y la imagen laboral se relacionan entre sí como elementos básicos dentro de las organizaciones que desean alcanzar un nivel alto de su productividad. Donde haya una buena comunicación interna, sus usuarios tendrán una buena imagen laboral, es bueno

resaltar que en muchas instituciones la falta de estos genera una insatisfacción del clima laboral por lo tanto baja productividad. Añadiendo a esto que cada cierto periodo político ingresa nuevo personal designados por las autoridades superiores a los establecimientos públicos que si no logran tener una buena comunicación interna traen conflicto y con esto una mala imagen institucional.

Sobre los temas señalados, Egas (2018) llegó a la siguiente conclusión: que, mediante unas encuestas realizadas a unos vigilantes de una empresa, se evidenciaron deficiencias en la comunicación interna, estas carencias como resultado, generan un desconocimiento que dificulta la formulación de un diseño con estrategias de comunicación destinadas a fortalecer la identidad corporativa.

Por otra parte, Salazar (2017) en su investigación argumenta que la comunicación interna es un instrumento estratégico en los procesos de las relaciones de la empresa con sus usuarios aporta en el desarrollo de la identidad corporativa, indica que un 52% la comunicación interna es escasa. Asimismo, que la comunicación interna nace de la necesidad de motivar a los equipos humanos que integran una institución, su adecuada aplicación permite promover la competitividad y fortalecer la cultura corporativa desde una identidad de la imagen institucional, un flujo de comunicación bidireccional y nivel de productividad.

De esta manera, en España en la revista *Revesco* se investigó sobre la comunicación interna en las cooperativas permitió analizar la opinión de los trabajadores relacionada a la información y escucha, se indica en el estudio de Belategi et al. (2019) que, las organizaciones con mejor comunicación interna son las que destinan parte de sus inversiones comunicacionales a escuchar a sus trabajadores para que se sientan valoradas, respetadas, se implican más en la solución de problemas, se comprometen y entregan por completo a la organización; las empresas son conscientes que no saber escuchar influye de manera negativa en la productividad de la organización, así como en la efectividad, rentabilidad, ventas, calidad de trabajo, reputación, satisfacción de los trabajadores y clima laboral.

La gestión estratégica de la comunicación interna es inseparable de la gestión organizacional, ya que guarda estrecha relación con la cultura y valores definidos por la empresa. Los mensajes transmitidos son fuentes directas de la empresa, su elaboración considera como base los principios y fines que la organización defiende y quiere conseguir por medio del desarrollo de políticas y estrategias de comunicación (Bermúdez, s/f).

De igual forma, Villasis (2019) indica que el 40% de las dificultades en las instituciones, se debe al déficit en la comunicación que estos manejan, evidenciando que los seres humanos no hemos aprendido las herramientas necesarias para comunicarnos como líderes y colaboradores de una organización, por esta razón los peruanos han desarrollado una técnica “Chongueritos” que es una técnica desarrollada con humor para desenvolverse en la sociedad.

De igual modo, Paredes (2020) en su investigación de tipo básica de nivel descriptivo correlacional diseño no experimental llegó a la siguiente conclusión: que una buena o mala comunicación interna, se encuentra íntimamente relacionada con el buen o mal compromiso institucional de los trabajadores.

Por otra parte, Pérez (2021) demostró en la provincia de Celendín que se debe atender a las demandas de una buena comunicación interna ya que sí existe una relación entre acciones de la comunicación internas de la subprefectura y su imagen la misma que repercute en forma positiva o negativa.

En el ámbito local, en el boletín de percepción ciudadana sobre gobernabilidad por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) (2020), informa que un 22.6% de ciudadanos de Tumbes, tiene una desaprobación sobre las actividades de gestión de los gobiernos locales, esto evidencia que no existen estrategias de comunicación interna, que afecten directamente al bienestar y la productividad de sus colaboradores.

En efecto, la comunicación interna de la Municipalidad Provincial de Zarumilla es entendida como un elemento importante dentro de la institución, que ayuda a motivar y desarrollo del personal, pero esta no es desarrollada de manera adecuada, ya que los supuestos planes solo son redacciones escritas, mensajes

electrónicos dentro de la institución, dejando como evidencia la falta de las estrategias de la comunicación para el correcto desarrollo de las actividades.

La ausencia de un buen líder dificulta que se puedan establecer canales de comunicación interna eficiente y eficaz que motiven a sus trabajadores hacer uso de una comunicación asertiva, barrera que impide el desarrollo organizacional afectando en la productividad de las diversas áreas que integran la Municipalidad. Es necesario que se pueda fortalecer las habilidades comunicativas.

El presente estudio, tuvo como propósito determinar cómo la comunicación interna contribuye en la percepción de la imagen institucional desde la aplicación eficiente y eficaz de herramientas de comunicación interna generando una adecuada participación e interacción entre los diferentes colaboradores de la muestra.

Desde el análisis de la realidad, el problema se formuló con la siguiente pregunta: ¿Cuál es la relación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022?

La inadecuada comunicación interpersonal, intrapersonal e institucional, ocasionan baja comunicación interna entre los trabajadores municipales. Asimismo, la deficiente imagen física, conceptual y valorativa originan baja imagen institucional de la Municipalidad.

Es importante investigar diversos campos con el fin de buscar verdades temporales para generar nuevos conocimientos, ampliar y descubrir de manera sistemática y ordenada los sucesos de la sociedad partiendo de una determinada problemática (Cerón et al. 2020).

Se justifica teóricamente en fundamentar la validez científica de conceptos y teorías de la comunicación interna basado en el modelo de Tessi y la imagen institucional, que cimientan la evaluación formativa y retroalimentación.

En la práctica, porque permitió establecer mecanismos de la comunicación interna y la imagen institucional y estrategias optimas de la comunicación interna y le

sirvan como insumos para optimizar la imagen institucional a los usuarios de la Municipalidad Provincial de Zarumilla.

Se justifica desde una visión metodológica, porque se recogieron los datos de los trabajadores municipales mediante dos cuestionarios online válidos por jueces expertos y confiables. Cada instrumento mide las dimensiones con sus respectivos indicadores e ítems por cada variable. El primer instrumento de la variable Comunicación interna mide las dimensiones; (Comunicación intrapersonal, comunicación interpersonal, comunicación institucional). El segundo instrumento imagen institucional se valora desde las dimensiones; (imagen física, imagen conceptual, imagen valorativa)

La justificación social, permitió beneficiar a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla con la implementación de capacitaciones para mejorar la comunicación interna e imagen institucional. El propósito fundamental de estas iniciativas fue fortalecer las relaciones interpersonales y consolidar una imagen positiva de la institución.

Después, de describir la situación problemática junto a la justificación, fue puntual planear los objetivos de la investigación, porque permiten determinar lo que se desea cumplir, es la acción para atender al problema con la indagación y luego resolverlo, al mismo tiempo se relaciona con los conocimientos que el investigador intenta alcanzar convirtiéndose en un componente central en el proceso de estudio (Arias González et al., 2020).

El objetivo general es “Determinar la relación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022”; asimismo, los objetivos específicos: “Describir la comunicación interna entre trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla”. “Analizar la percepción de la imagen institucional entre trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla”. “Establecer la correlación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022”

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

Para darle sustento a la investigación, se hizo una selección previa de otros estudios que se relacionan con las variables a investigar, éstas van a permitir darle la sostenibilidad y respaldo a los resultados de la investigación. Para esto se han categorizado en el contexto internacional, nacional y local.

Dentro de los antecedentes internacionales tenemos a Lalangui (2017) en su investigación intitulada: “Estudio de la percepción de la imagen institucional de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Quito en los estudiantes de Administración de Empresas”, [tesis de titulación], Universidad Politécnica Salesiana. El estudio tuvo como objetivo: “Identificar las percepciones de imagen que tienen los estudiantes de Administración de Empresas de la UPS como resultado de la gestión de la comunicación”; su metodología fue de enfoque cuantitativa - cualitativa exploratoria, explicativa - descriptiva, se utilizó como técnica la encuesta, la muestra estuvo conformada por 53 sujetos, de los resultados alcanzados dentro de la percepción de los estudiantes por el servicio que reciben indican el 47% como regular, en relación a la atención del personal afirma que un 73% no tiene identidad, consideran el trabajo del departamento de comunicación como normal en un 45%, el 33% opina que es deficiente. El autor concluye: que, la gestión comunicacional se basa en la identidad y cultura, afirma que la imagen requiere del soporte de la comunicación estratégica para que la institución pueda funcionar y alcanzar sus objetivos. Por lo tanto, es necesario dentro de cada gestión, tener un excelente plan de comunicación estratégica para lograr una adecuada imagen institucional.

Frare (2020) en su estudio: “Comunicación Institucional Plan de Comunicación Interna Caso de estudio: Fuesmen [tesis de titulación], universidad nacional de Argentina. Cuyo objetivo de investigación fue: Proponer un diseño de un plan de Comunicación Interna para una organización del sector de la salud de la provincia de Mendoza”, cuya metodología fue de enfoque correlacional, no experimental, cuantitativo. Se aplicaron dos encuestas a los trabajadores del área de Comunicación, RRHH y Calidad. El autor concluyó que la comunicación interna es un área poco perfeccionada en la empresa, se muestran acciones concretas para

alcanzar los objetivos formulados. Las acciones planteadas son viables, dependen de la decisión de los directivos, ya que deben proporcionar recursos para su ejecución. Su desarrollo impactó de modo positivo en la imagen de la organización y permitió crear una ventaja competitiva a largo plazo. Por lo tanto, se puede resaltar que la función de los directivos en asignar presupuesto y hacerlos cumplir va a impactar en la comunicación organizacional y la imagen de la institución.

De igual modo, Sánchez (2020) en su investigación: “Análisis de la imagen e identidad corporativa que maneja la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación”, [tesis de titulación], Universidad Central del Ecuador. Cuyo objetivo fue: Analizar el manejo de la imagen e identidad corporativa de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) y su relación con sus públicos internos y externos en el período febrero 2019 – febrero 2020”, se direccionó bajo un enfoque cualitativo - cuantitativo aplicó instrumentos de investigación como entrevistas, encuestas, auditorías de imagen e identidad corporativa. El autor concluye: que la comunicación interna muestra dificultades dentro de la organización, destacando el poco contacto entre directivos y su público interno. Se exhibe una comunicación vertical y descendente. Sobre la identidad corporativa se afirma que se centra en el desempeño de objetivos institucionales y monitoreo. Sobre la imagen corporativa se indica que demuestra una grieta entre su perfil de identidad e imagen corporativa. Por lo tanto, se dedujo que era necesaria una intervención en la comunicación que permita mejorar la imagen e identidad corporativa.

En el contexto nacional, en el diario gestión en un escrito de Gil (2020) investigó sobre Teletrabajo, importancia de la comunicación interna [Artículo científico], indica que la pandemia del Covid – 19 da apertura a nuevos retos a las empresas es aquí que la comunicación interna adquiere una relevancia junto al inicio del teletrabajo en un reportaje a una docente de la universidad de Pacifico Business School Silvis, Carrillo menciona sobre los principios claves y retos del teletrabajo, indica que más de 520 trabajadores dedicados en las áreas de los recursos humanos en el Perú han triplicado el valor de la comunicación interna. Acción que conlleva crear espacios fértiles donde predomina la empatía y asertividad entre

colaboradores de las empresas promovidas por el respeto, confianza de normas que permiten una conexión humana empática. También la comunicación interna se centra en el fortalecimiento de los espacios de conexión virtual conllevando que los trabajadores se vinculen con la energía de la colaboración a la imagen institucional. Por lo tanto, se puede concluir que la comunicación interna virtual ha fortalecido a la imagen de la institución.

Miranda (2018) investigó sobre la “Comunicación corporativa e imagen institucional en la Corte Superior de Justicia del Callao – 2018”, [Investigación de licenciatura], Universidad César Vallejo. Tuvo como objetivo: Determinar si existe relación entre la comunicación corporativa e imagen institucional en la Corte Superior de Justicia del Callao 2018. De tipo básico, descriptivo, no experimental, correlacional, la población quedó integrada por 90 personas, aplicando el instrumento del cuestionario. Se concluye: que, el 77.8% de los participantes indican que el nivel de comunicación corporativa es de alta y un 22.2% opina que se encuentra en nivel medio. En relación a la imagen institucional un 72.2% indica que se encuentra en un rango medio, el 17.8% rango alto, otro 10% nivel bajo. La imagen física el 58.9% percibe un rango medio, el 22.2% rango alto y el 18.95 rango bajo. La imagen conceptual el 73.3% nivel medio, el 16.7% nivel alto, 10% nivel bajo. La imagen valorativa el 77.8% indica nivel medio y el 22.2% nivel bajo. Según el coeficiente de Spearman el rango de relación entre variables es del 0.805 nivel alto. Concluye que existe relación entre las variables. Se concluye que existe una buena comunicación corporativa, pero la imagen institucional se ubica en un rango medio.

Rodas (2020) en su investigación “Comunicación Interna y Gestión por Resultados en la Imagen Institucional en la Gerencia de Desarrollo Social en una Municipalidad de Lima Norte, 2019”, [Investigación de titulación], UCV. Cuyo objetivo de investigación fue: Establecer la influencia existente entre la comunicación interna y la gestión por resultados en la imagen institucional. La investigación responde a un nivel correlación, cuantitativo, no experimental, la muestra fue de 109 participantes, para obtener los datos de la muestra se hizo uso de la encuesta y el instrumento del cuestionario, dentro de los resultados concluyentes describe: que el 55.05% indican que, la comunicación interna es

regular. La categoría de imagen institucional es del 46.79% es excelente, según el chi cuadrado indican un valor relacional de las variables de 0.214 con un  $p=0.000$ ; el valor  $p=0.018$  y coeficiente de 0.149 entre comunicación interna e imagen conceptual. Concluyendo, por lo tanto, que existe relación entre variables; al mismo tiempo existe relación entre imagen institucional y comunicación interna.

Pérez (2022) en su investigación intitolado: “El impacto de la comunicación interna en el comportamiento organizacional de la empresa Corporación Vega SAC”. [Tesis de licenciatura], Universidad Continental. Cuyo objetivo de investigación fue: Determinar cómo el impacto y la influencia de la comunicación interna influye en el clima organizacional en mejora de la productividad en la empresa Corporación Vega SAC., teniendo como tipo de estudio no experimental transversal de enfoque descriptivo. La población es determinada por 527 trabajadores, se trabajó con una muestra de 163 trabajadores bajo el método probabilístico. El autor concluye: que, las comunicaciones internas inciden positivamente en el comportamiento organizacional, por lo que se fomentan las comunicaciones internas integradas, considerando a cada miembro como un medio de comunicación. Por lo tanto, las comunicaciones internas tienen un impacto positivo en el comportamiento organizacional, reconociendo a cada miembro como un canal de comunicación.

Mogollón (2022) en su investigación intitolada: Comunicación interna y clima organizacional en el medio periodístico digital Walac noticias, [tesis de licenciatura], Universidad César Vallejo, Lima. Cuyo objetivo: determinar la relación entre comunicación interna y clima organizacional en el medio periodístico digital Walac Noticias 2022. Siendo la metodología de la investigación cuantitativa con un diseño no experimental y un enfoque descriptivo correlacional. Se concluyó que no existe relación entre comunicación interna y clima organizacional en el medio periodístico digital Walac Noticias 2022.

Asimismo, Pérez (2022) en su investigación titulada: “Comunicación interna y clima organizacional del Instituto Geofísico del Perú en el marco del Covid-19, 2021”. [Tesis de maestría], Universidad Cesar vallejo, Lima. Cuyo objetivo: fue determinar la relación que existe entre la comunicación interna y el clima organizacional del Instituto Geofísico del Perú en el marco del Covid-19,2021.

Método hipotético-deductivo, de diseño no experimental. El autor concluye la existencia de una relación positiva moderada entre las variables comunicación interna y clima organizacional, esto según el valor P (Sig. (Bilateral)) menor a 0,05 es decir “0,000;” donde el Rho de Spearman es de 0,629, que indica que la comunicación interna influye significativamente en la variable clima organizacional, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Por lo tanto, indica una influencia significativa de la comunicación interna en el clima organizacional.

De igual manera, Sánchez (2022) en su investigación: “Comunicación Interna y clima laboral en los colaboradores de Mi Banco” [Tesis de licenciatura], Universidad Señor de Sipán, Chiclayo. Cuyo objetivo: “Determinar la relación entre la comunicación interna y el clima laboral en los colaboradores de “Mibanco” Chiclayo. Su metodología cuantitativa de tipo descriptivo – correlacional, con un diseño no experimental o transversal, utilizando como técnica la encuesta, con los instrumentos cuestionario de comunicación interna y escala de clima laboral. El autor concluye: que existe una correlación alta entre entre la dimensión comunicación descendente y el clima laboral en los colaboradores, debido a que el coeficiente de relación de sperman es igual a ,452\*\* con un valor de significancia estadística de ,000 el cual es menor que 0,01, lo cual indica que, si la comunicación interna en la empresa es favorable, mejor será el clima laboral entre los colaboradores. Por lo tanto, esto sugiere que la comunicación interna en la empresa es positiva, el ambiente laboral entre los colaboradores será óptima.

En el contexto local en antecedentes encontramos a Navarro (2020) en su investigación: “Uso de la aplicación zoom y la comunicación interna en los estudiantes de la Universidad Nacional de Tumbes, 2020”, [tesis de titulación], UNTUMBES. Cuyo objetivo de investigación fue: “identificar cómo el uso de aplicación Zoom contribuye al desarrollo de la educación remota, generando una comunicación interna bidireccional, ocasionando la interactividad, entre los actores del proceso comunicacional, docente y estudiantes”. El enfoque fue cuantitativo, correlacional, no experimental, el instrumento aplicado fue el cuestionario se trabajó con 60 sujetos como parte de la muestra, los resultados conseguidos destacan que el 62% indican que existe una relación buena el 38% su percepción es excelente, El autor concluye: que, existe relación entre

variables. Asimismo, se perciben un nivel bueno del 72% entre la variable independiente con comunicación interpersonal, el nivel de relación es 0.787  $p=0.000$ . por lo tanto, refieren que la percepción de la imagen corporativa es mayor que la comunicación intrapersonal. Por ende, esto sugiere que la percepción de la imagen corporativa es mayor que la comunicación intrapersonal según los hallazgos.

De igual manera investigó Arbulú (2021) sobre: “Plan estratégico de comunicación para mejorar la gestión de la imagen institucional de la Universidad Nacional de Tumbes”, [tesis de maestría], Universidad Nacional de Tumbes. Tuvo como objetivo: “Proponer un Plan Estratégico de Comunicación para la gestión de la imagen institucional en la Universidad de Tumbes”, investigación no experimental con enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, propositivo los instrumentos aplicados fueron la encuesta. Concluyó que la imagen institucional se ubica en nivel bueno lo indica un 88.2% los estudiantes, un 85.5% del personal administrativo y un 77.40% del personal docente, se concluye que la imagen institucional tiene aceptación por los diversos integrantes de la comunidad educativa, pero indican que se debe seguir fortaleciendo la gestión. Por lo tanto, los alumnos perciben a la imagen institucional de buena manera y así también la comunicación interna.

De igual manera Waumba (2023) en su investigación: Determinar el nivel de percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Tumbes, en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2022. [Tesis de licenciatura] Aplicado instrumento de investigación el cuestionario a 122 participantes; la selección de muestra fue aleatorio simple, muestreo probabilístico. Indagación de enfoque cuantitativo, tipo descriptivo, diseño no experimental, corte transversal. concluye que el 61% de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación residentes en Tumbes tienen el nivel de percepción “regular”; el 20% consideran “buena”; el 18% asumen juicio “mala”; estos resultados se traducen como una percepción desfavorable sobre la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Tumbes. Además, respecto a la dimensión identidad institucional, se identificó que el 40% de los encuestados asumen el nivel de percepción “mala”; asimismo, el 43% poseen concepción

“regular” referente a la comunicación institucional; finalmente, el 35% lo categorizan como “mala” la percepción institucional.

El estudio de investigación se respalda en bases teórico-científicas de allí se detalla algunos conceptualizaciones y teorías sobre Comunicación Interna e Imagen institucional.

La comunicación interna, es de suma importancia precisar la comunicación como tal, podemos decir que es dada en el interior de una institución en todos sus niveles, se centra en una comunicación integral convertida; es una responsabilidad compartida entre sus integrantes, quienes realizan un conjunto de actividades para fortalecer las buenas relaciones internas (Miranda Pizarro, 2018).

Según Maza (2019) menciona sobre la comunicación interna es una herramienta que ayuda en la gestión, símbolo de modernidad para las organizaciones preocupadas por la calidad, conocida también como modelo de mensajes compartidos dada de manera fluida, motivadora, eficaz entre los miembros de una institución, se le considera dentro de los objetivos, políticas y planes estratégicos de la organización.

Según Oyarvide, et al., (2017) en su artículo científico describe que la comunicación interna es una actividad indispensable dentro de una institución porque a través de estos procesos se coordinan acciones esenciales que dan sentido a la organización, se realizan tareas, cambios y dirigen comportamientos interpersonales con la finalidad de construir los valores de la cultura organizacional.

Los tipos de comunicación. Según, Pardo (2020) clasifica los siguientes tipos de comunicación:

**Comunicación Interna:** es un conjunto de actividades efectuadas por la organización para mantener relaciones entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación informativos (Boletines, folletos, etc.) que los mantengan informados e integrados para contribuir con el logro de los objetivos organizacionales.

**Comunicación externa:** se dirige al público exterior, emite un mensaje fuera de la organización, enfoca la opinión pública. El objetivo es comunicar sobre la organización, al mismo tiempo actúa e influye sobre la imagen de ésta. La comunicación interna es dada en el interior de una institución en todos sus niveles, se centra en una comunicación integral convertida; es una responsabilidad compartida entre sus integrantes, quienes realizan un conjunto de actividades para fortalecer las buenas relaciones internas (Miranda, 2018).

La comunicación interna es una herramienta de gestión símbolo de modernidad para las organizaciones preocupadas por la calidad, conocida también como modelo de mensajes compartidos dada de manera fluida, motivadora, eficaz entre los miembros de una institución, se le considera dentro de los objetivos, políticas y planes estratégicos de la organización (Maza, 2019).

La comunicación interna es un proceso intercomunicacional practicado en las instituciones, en el cumplimiento de políticas, cumplen sus logros y metas formuladas, involucra a los distintos componentes de la organización desde la dirección general hasta los trabajadores se practica con el fin de promover un clima de integración para incrementar la competitividad y productividad (Benegas, 2020).

García (2020), describe los flujos de la comunicación interna; la comunicación vertical/jerárquica. Esta comunicación se pone en práctica cuando se da énfasis a los niveles de jerarquía entre los integrantes de una empresa. Es vertical, cuando los distintos rangos jerárquicos se informan. Encontramos comunicación vertical ascendente ocurre de abajo hacia arriba cuando se envía informes, opiniones, sugerencia etc. Se da entre los miembros de una empresa y los distintos niveles de jerarquía existe retroalimentación. La comunicación vertical descendente se inicia desde los niveles jerárquicos superiores a los miembros inferiores, se consigue una comunicación positiva con instrucciones claras, precisas reglas y una cultura de comunicación.

**Ventajas y desventajas:** La revista **Kyocera** (2019) en su artículo “Mejora las vías y coordinación e información interna” indica entre las ventajas:

**Proceso comunicativo de buenas relaciones interpersonales.** La comunicación se da en igual nivel jerárquico, permite dentro de la organización el intercambio de información entre sus miembros. Existe un sistema comunicativo informal y los miembros conservan adecuadas relaciones interpersonales.

**Actividades laborales coordinadas.** Para lograr efectos óptimos en una organización, es importante implementar técnicas comunicativas que proporcionen la relación de distintas acciones.

**Comunicación de un mismo nivel jerárquico.** Perfecciona el proceso comunicativo entre rangos jerárquicos mediante una comunicación horizontal. Las cuales fortalecen la comunicación eficaz, el trabajo en equipo y la solución de problemas.

Según la revista Kyocera (2019) precisa estas desventajas: Abundancia de información, pérdida de tiempo. el exceso de información, el tiempo empleado, problema comunicacional, una inadecuada comunicación ocasiona fallas dentro de la institución produciéndose incumplimiento de objetivos.

La comunicación interna, según autores Bermeo y Turchi, (2018) resalta que es eficiente una organización porque es considerada como pilar para crear vínculos en las relaciones interpersonales, implica un conjunto de mensajes y acciones formuladas de manera voluntaria y consciente dados en el interior de una institución, también hace referencia a las actividades que realizan los trabajadores con el fin de promover una interacción y consolidación de valores organizacionales.

Castillo (2020) afirma que la imagen institucional es la identidad de la empresa que ayuda a los usuarios a retener los atributos y reconocimiento de valores determinantes para conquistar a sus usuarios, siendo necesario elaborar estrategias comunicacionales efectivas.

También, Carrasco (2018) manifiesta la imagen institucional está integrada por el conjunto de creencias como producto de la representación mental o virtual que, permite proyectar al público cualidades, fortaleza, debilidades y características de una organización.

Asimismo, Guerra (2018) refiere que la imagen institucional nace de la interacción de las experiencias, creencias, conocimientos y sentimientos para conceptual una organización; las personas perciben de manera individual o grupal sus características, dentro del mercado laboral es un elemento esencial y trascendental es considerado un primer elemento para iniciar un emprendimiento, de aquí nace su importancia porque refleja el gusto de un público, al mismo tiempo resumen la verdad de una institucional en términos simples.

Maza (2019) define a la comunicación interna como herramienta de gestión símbolo de modernidad para las organizaciones preocupadas por la calidad, conocida también como modelo de mensajes compartidos dada de manera fluida, motivadora, eficaz entre los miembros de una institución, se le considera dentro de los objetivos, políticas y planes estratégicos de la organización.

Según Yahuana (2018) menciona sobre la teoría de la comunicación interna el modelo de Tessi, uno de los modelos denominado tres dimensiones; comunicación institucional que es una comunicación formal escrita o mediática con canales formales se practica el modelo tres E. (escucha, empatía y emisión), la otra comunicación interpersonal cuando se da frente a frente entre dos personas o grupos reducidos esta arraigada en las motivaciones de los trabajadores se le conoce como modelo dos S. (sentido y salario). Y finalmente la comunicación intrapersonal es la comunicación realizada por la persona y su interior, es la reflexión consciente se le conoce modelo uno A. (adentro) básicamente esta dirigida a los líderes.

La comunicación interna de Tessi, pasa por cuatro instancias: Primero disciplinaria, se centra en la importancia de conocer con exactitud los aportes de la comunicación interna direccionada en objetivos y beneficios. Segundo metodológica, certifica a la institución con modelos comprobados en la práctica. Tercero estratégico porque involucra la planificación de objetivos de

comunicación. Cuarto táctica implica la ponderación de canales comunicacionales, asimismo, Tessi divide la secuencia en tres fases: Planificación, implementación y evaluación según, (Vidarte Rojas, 2019).

### **Teorías contemporáneas de la comunicación**

Según Ladino Marín (2017) en su libro menciona sobre las teorías contemporáneas de la comunicación, quién indica que este enfoque de comunicación organizacional como representantes: Davenport y Prusak; Nonaka y Takeuchi, Stewart, Sveiby y Morrison, sus teorías las han enfocado desde las funciones empresariales en los procesos comunicativos pudiendo ser físicos como el uso de las Tecnologías de información y comunicación, que permite potenciar la efectividad y eficacia de los procesos productivos, administrativos y de gestión organizacional; desde esta perspectiva la comunicación ha evolucionado y trasformando: como una comunicación de entornos del ciberespacio, las tecnologías tienen una comunicación externa e interna siendo un requisito la conectividad digital, integrando una comunicación integrada donde interactúan varios sectores internos y externos, la comunicación digital que reduce los espacios físicos. La teoría de las diferencias individuales se centra en la psicología de las personas se consideran cuatro factores esenciales; interés, memoria selectiva, percepción selectiva y exposición selectiva que son las bases para la construcción de la propia imagen. Teoría de las categorías sociales es importante la interpretación según la posición del destinatario. Y finalmente la teoría de las relaciones sociales es fundamental tomar en cuenta la influencia de los vínculos informales en los grupos sociales.

Según Ñeco, et al., (2018) menciona que la teoría general de sistemas se inicia en el siglo XX, su finalidad dar un panorama teórico y práctico a las ciencias sociales y naturales, como representantes tenemos a Ludwing Von Bertalanffy, fortalece el aporte al pensamiento lógico de manera holística de observación haciendo un estudio interdisciplinario de los sistemas, contando con un suprasistema que son componentes. Entendiendo al sistema como un todo y sus partes como elementos del contexto de la realidad social. Gutierrez (2013) argumenta que los sistemas tienen las siguientes características; multidisciplinarios, multidimensional y dinámico.

Pérez et al., (2017) plantea sobre la teoría de la contingencia se relaciona con la eficacia y eficiencia de la organización es una relación positiva. Feliz (2020) a esta teoría de contingencia también la denomina la teoría situacional que se inició en el año 1972, centra su atención a la relación del ambiente y al contexto de gestión administrativa donde plantea que existe varias formas de los procesos en las organizaciones para alcanzar objetivos sus precursores son; Lawrence y Lorsch, Burns Stalker.

Batallas et al., (2021), según la teoría de contingencia nace con el propósito de hacer validos los diversos modelos organizacionales considerados como eficientes, eficacia y flexibles, se centraliza en el ambiente en donde opera la empresa, incluye las estructuras organizacionales flexibles y dinámicas, la primera va depender de la disposición y utilidad adecuada de los recursos e interrelación de la gestión del talento humano.

#### **Dimensiones de la comunicación interna:**

**Comunicación intrapersonal.** Es un tipo de comunicación caracterizada por procesar la información de manera interna, y es recibida por la misma persona, se considera como un diálogo interior porque se hacen internas las experiencias prácticas y reflexiones complementarias al aprendizaje. (Yarlequé Rupay, 2018).

**Dialogo consigo mismo:** El diálogo interno, también conocido como pensamiento verbal, autodiálogo o monologo interno, es la conversación que uno tiene consigo mismo. El diálogo interno se aplica en el día a día de los individuos y se extrapola a ámbitos académicos, laborales, artísticos y deportivos. (Diez & Martínez, 2021)

Comunicación interpersonal. Se realiza frente a frente entre dos o un grupo reducido de personas de una institución, se encuentra muy ligada a la motivación de los trabajadores por medio de ella se establecen las interacciones entre colaboradores de igual o diferente jerarquía (Yahuana Huamán, 2018)

La comunicación interpersonal, es un proceso comunicativo que implica el cambio de información establecida entre dos o más individuos; es decir, son las relaciones que promueven el feedback al emitir o recibir un mensaje, entre sus elementos destacan: comunicadores como los emisores y receptores, el mensaje, el ruido, la retroalimentación, contexto y canal (Navarro, 2020).

Viñarás et al. (2020), manifiesta que la comunicación interpersonal, es una herramienta esencial para mejorar aspectos institucionales como el fortalecimiento de un clima laboral, reducción de conflictos internos, acompañamiento y seguimiento a los colaboradores para conseguir un mejor rendimiento frente a cualquier cambio dentro de la cultura organizativa. La comunicación interpersonal es un proceso de intercambio de mensajes realizado por dos o más personas de una institución expresando algo de sí mismos por medio de signos verbales o no verbales de manera interactiva, intencional y multidimensional con el fin de alcanzar objetivos en común para el desarrollo organizacional.

La comunicación interpersonal, puede ser vertical descendente o de tipo horizontal:

Comunicación vertical descendente. Esta comunicación surge desde los jefes hacia los empleados, inicia en los niveles superiores de la jerarquía y se dirige hacia los niveles inferiores, las ventajas es que mantiene una disciplina organizativa y jerárquica, asimismo tiene su desventaja como la distorsión del mensaje.

Comunicación horizontal: refiere que Marín (2017), la define como: “Es aquella que se establece entre personas del mismo nivel jerárquico o donde no existe una relación de autoridad, es decir, fluye lateralmente, como puede ocurrir entre los trabajadores de un mismo equipo o empleados de diferentes departamentos o delegaciones”

Comunicación transversal: son todos los elementos que intervienen al interior de una organización tales como los mensajes, los medios, canales y públicos, que se relacionan o interactúan por un objetivo en común. La comunicación transversal fluye entre distintas áreas y niveles al mismo tiempo; por ejemplo, entre el director del área de recursos humanos y el jefe del servicio. Bermúdez (2016)

Comunicación institucional es un proceso de diálogo entre una institución y su público, es el medio en el cual las organizaciones muestran su identidad, cuentan lo que hacen y cómo se proyectan de manera interna y externa. La comunicación institucional tiene su origen bajo la intermediación de la institución dirigida a personas o grupos que integran su ámbito, concentra su interés en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de procesos comunicativos de instituciones permite mejorar las interrelaciones entre sus miembros y de ellos con el exterior contribuyendo al fortalecimiento de la identidad institucional (Oyarvide et al., 2017).

La comunicación institucional implica el uso de canales y mecanismos de información existentes en el interior de una institución cuyo destino es el mismo personal que labora dentro, asimismo permite establecer vínculos informativos de diversas naturalezas (Charry Condor, 2018).

Relaciones de calidad: es la que pretende medir el valor de un cliente a lo largo del tiempo. Los indicadores que determinan el valor; es la satisfacción con la relación, confianza del cliente y rango de compromiso del cliente. Larregui (2019)

Imagen pública: Según Labanda (2016) son imágenes que se encuentran en nuestra cabeza y establecen una relación de conductas y pensamientos, cuando llegan a concretarse crean estereotipos que determinan nuestras decisiones y acciones.

Comprensión emocional: Es el nivel en que el trabajo cumple con un ambiente o contexto de valores, creencias, disfrute que muestra el empleado con las actividades diarias que ejecuta dentro de la organización (Paredes, 2020).

Claridad estratégica: Son un conjunto de acciones que llevarán a realizar una mejor toma de decisiones ya sea para una entidad pública o privada y esta pueda realizar un plan para lograr los objetivos deseados en conjunto, pues aquí participaran todos los que intervienen en dicha entidad (Rojas, Baylon y Ramírez, 2019).

Comunicación interna e imagen institucional en las organizaciones. Para Carpio (2019) establece que las acciones de las comunicaciones estratégicas y las relaciones públicas tienen un impacto significativo en cualquier organización porque contribuyen a la relación entre las organizaciones y el público, también contribuyen al fortalecimiento del papel del líder, para crear una cultura y sentimientos que permitan eliminar los desafíos que enfrenten.

La imagen institucional comprende el conjunto de acciones comunicativas que debe realizar una organización para expresar su identidad y fincar una positiva reputación pública. El desarrollo de una positiva imagen institucional comprende: relaciones públicas, investigación, publicidad corporativa, relaciones con los inversionistas, fusiones, cambio de nombre de la compañía, selección de nuevas agencias, así como estrategias para enfrentar el desastre noticioso. Para establecer la situación imagen punto de partida –imagen pública inmediata - con que cuenta alguna organización, es necesario realizar las auditorías de imagen que resulten pertinentes (Rojas, Baylon & Ramírez, 2019).

Dimensiones de imagen institucional:

La imagen institucional es el resultado de la interacción de creencias, conocimientos y experiencias que las personas tienen como referencia en relación a una institución, por ello se convierte en la manera en que una o varias personas perciban a una institución; incluye la infraestructura, nombre, logotipo, colaboradores, productos, servicios, etc., es un elemento que conlleva a la diferenciación y posicionamiento de una institución en un mercado cambiante y competitivo (Guerra Alva & Gómez Rengifo, 2018).

La imagen institucional impacta a los empleados y clientes de una institución ya que comunica expectativas, es una percepción constituido como producto de las experiencias y valoraciones adquiridas por las personas sobre una institución es un activo valioso dentro de la ventaja diferencial porque genera impacto entre los clientes, cuando la imagen es positiva en el interior los colaboradores se motivan y lo mismo sucede con el exterior es decir los clientes en el mundo competitivo actual implica la unión de calidad y consumo (Arbulú Castañeda, 2021).

La imagen institucional es la complacencia total que tienen los integrantes de una empresa y sus usuarios, los mismos que se dejan influir por la calidad de servicio o producto ofrecidos por una institución (Bravo Herrera & Damián Núñez, 2021).

Imagen física institucional conjunto de elementos que determinan y distinguen a la empresa, organización u institución, como son las marcas, colores, impresiones, uniformes, logotipos, entre otros. La imagen física viene hacer la imagen formal que permite articular en el público los objetivos físicos de la institución como: infraestructura, inmobiliario, ello también involucra a los trabajadores como su vestimenta, al producto su presentación para sus usuarios (color, envoltura, o estuche) ya que son entes que generan imagen física (Carrasco Campos, 2018).

Conjunto de elementos que determinan y distinguen a la empresa, organización u institución, como son las marcas, colores, impresiones, uniformes, logotipos, entre otros.

Infraestructura: Permite incrementar la competitividad de las economías y maximizar sus ventajas comparativas. Para las empresas, los servicios de infraestructura constituyen un insumo para la producción. Por ello, el acceso y disponibilidad a servicios de calidad adecuada y a costos razonables es vital para la competitividad de las empresas (Bravo,2019).

Perfil institucional: El perfil institucional permite que una organización identifique sus fortalezas y debilidades a través de un agente externo, estos resultados conllevan a que la organización tome acciones para fortalecerse recursos externos para mejorar institucionalmente. Delgado (2015)

Función institucional: Se refiere a las herramientas y técnicas que en conjunto que ayudaran a mantener el propósito como institución sin afectarlos de manera negativa en su propio ambiente (Rojas, Baylon Y Ramírez, 2019).

Imagen conceptual institucional es dada por la articulación de los sucesos de comunicación y los conceptos referidas a las personas, marca, empresa o servicio; aquí los sucesos de comunicación poseen un componente físico

generado por la imagen pero predomina el concepto comunicacional de lo que propone el mensaje, los sucesos conceptuales perduran como fundamento comunicacional, generado buena expectativa del público que nos escucha siendo necesario brindar información de interés, clara e innovadora lográndose que la información sea útil para el usuario (Carrasco Campos, 2018).

La imagen conceptual es conocida mediante los medios de comunicación implica una identificación con el ámbito social (Rodas, 2020).

La imagen conceptual, es demostrada mediante la participación, prestigio, trabajo colaborativo de los integrantes de la institución, fines institucionales, estructura organizacional e identidad, las mismas que son difundidas por medio de un medio de comunicación (Mendoza Barrientos, 2020).

Estructura institucional: es un sistema utilizado para definir la jerarquía dentro de la organización, definiendo cada cargo, su función y sus relaciones dentro de la organización. La estructura de una institución se establece mediante la identificación de las áreas de actividades claves, los aportes de cada actividad contribuyen a los resultados institucionales. Murillo (2011).

Estrategias de difusión: Bravo (2019) no hay una forma única de difusión, sino diferentes tipos de productos y servicios capaces de vincular la información hacia los usuarios. Con objeto de sistematizar se pueden distinguir dos formas básicas de difusión, la difusión bajo demanda y la difusión documental.

Actividades de difusión: según Castellana (2018) la difusión es una actividad esencial, dirigida a informar al público objetivo, que incluye tanto a los medios de comunicación como al público en general, sobre las actividades del proyecto y los resultados alcanzados.

Identificación institucional: Se basa en las percepciones, sentimientos y pensamientos de varios miembros de la institución. En este sentido, es el vínculo entre el presente y el pasado de una organización, el desarrollo histórico hasta el presente. La cultura organizacional describe todo lo relacionado con las

creencias, valores y comportamientos que guían a los miembros de una organización y se reflejan en sus acciones. Chacaltana, H; Flores; Gomes, T; (2021)

Imagen valorativa institucional, hace referencia a la valoración realizada por la persona o sociedad sobre aspectos físicos y conceptuales, esta valoración es apreciada como factor motivacional de la conducta humana, es vital la existencia de espacios de comunicación abierta y clara (Carrasco Campos, 2018).

La imagen valorativa permite determinar que, dentro de una institución el colaborador es conducido para realizar actividades y tareas en relación a los objetivos y valores institucionales siendo esencial considerar las acciones ejecutadas para el desarrollo de la organización, los colaboradores son motivados por los valores institucionales por lo que la comunicación interna permite la integración, fortalecimiento y atracción a sus trabajadores con los objetivos (Vivas Escalante & Saavedra Moraga, 2020).

Impacto externo: Las influencias o entornos externos consisten en todo lo que está fuera de la organización y está relacionado de alguna manera con la organización. Actúa como un contexto amplio, influyen a todos sus constituyentes y miembros de manera general, aunque algunos experimentan más influencia y presión que otros. Pacheco (2016)

Atención a consultas: Según Da silva (2022) La atención de consultas, comúnmente representada por el equipo de soporte y sus representantes, tiene como objetivo atender aclaraciones, atender reclamos y garantizar el uso adecuado de los servicios o productos que comercializa la empresa o institución y tiene como objetivo apoyarlos económicamente. Hay dos tipos de definiciones: proactivo y reactivo.

Asesoramiento a usuarios: según Ramroop (2018) El asesoramiento al usuario se define como "la asistencia y el asesoramiento que una empresa proporciona a las personas que compran o utilizan sus productos o servicios". También es un proceso que apoya a los equipos que trabajan para brindar un excelente servicio al cliente.

Solución a reclamos: la gestión de quejas y reclamos tiene como objetivo recuperar de manera inmediata la confianza de los clientes que quedaron insatisfechos con los servicios que recibieron de empresas, organizaciones o instituciones. (Huaita, 2018).

Calidad: según Barbosa (2021) La calidad es la adecuación y conformidad a las propias normas ya los requisitos fijados por el cliente, y el perfeccionamiento de los procesos, servicios o productos proporcionados por la empresa para cumplir los requisitos definidos por el cliente.

## **2.1 MÉTODOS**

Método analítico. Según Rodríguez Jiménez & Pérez Jacinto (2017) describe que este método hace uso de análisis como procedimiento lógico que permite descomponer de manera mental un todo en partes y cualidades diversas, el análisis en una investigación se produce por medio de la síntesis de las características de un todo. En el estudio se hizo uso de un análisis lógico de la documentación que permitió fundamentar la investigación, lográndose una extracción de elementos; es decir permitió clasificar las fuentes recopiladas buscándose las ideas fundamentales permitiendo extraer elementos principales relacionados con el objeto de estudio.

Método sintético: Según Bernal Torres (2020) este método hace uso de la síntesis implica la unión o integración de un todo previo análisis por medio del descubrimiento de relaciones y características entre elementos de la realidad. Mediante la aplicación de este método se logró integrar la bibliografía analizada la misma que permite unificar el marco teórico del estudio.

Método inductivo. Según Prieto Castellanos (2018) es un método fundamentado en el razonamiento, donde los sucesos particulares pasan a principios generales con la finalidad de llegar a conclusiones. Fue necesario

aplicarlo en el estudio porque permitió el procesamiento y análisis de los resultados del instrumento y su interpretación.

Método hipotético - deductivo. Según Sánchez Flores (2019) permite generar hipótesis partiendo de dos premisas, la primera universal fundamentado en teorías y leyes científicas; la segunda empírica dado por hechos observables que genera el problema y la motivación de su indagación, su fin es comprender los fenómenos y describir sus causas que la originan, su objetivo es la predicción y control. Este método permitió la formulación de hipótesis, investigación de leyes científicas y sus demostraciones.

### 2.1.1 Hipótesis de investigación

$H_i$ : Existe relación directa entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes, 2022.

$H_0$ : No Existe relación inversa de comunicación interna y la percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022.

### 2.1.2 Definición y operacionalización de las variables

#### a. Definición Conceptual

**Variable 1: Comunicación Interna.** Vivas y Saavedra (2020) se refiere a una herramienta diseñada en el interior de las instituciones con el fin de promover un ambiente armonioso y productivo para lograr interpretar de manera adecuada los mensajes, motiva a los equipos a trabajar para conseguir objetivos institucionales, al mismo tiempo busca la participación, colaboración e involucramiento del personal.

**Variable 2: Imagen Institucional.** Arbulú (2021) conceptualiza a la imagen institucional que impacta a los empleados y clientes de una institución ya que comunica expectativas, es una percepción constituido como producto de las experiencias y valoraciones adquiridas por las personas sobre una institución es un activo valioso dentro de la ventaja diferencial porque genera impacto

entre los clientes, cuando la imagen es positiva en el interior los colaboradores se motivan y lo mismo sucede con el exterior es decir los clientes en el mundo competitivo actual implica la unión de calidad y consumo.

### **2.1.3 Definición operacional**

**Variable 1: Comunicación Interna.** Es una estrategia activa generado de cambios porque permite a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, informarse de manera eficaz sobre los objetivos y valores institucionales su buen uso desarrolla el sentido de pertenencia de sus integrantes, es medida de por medio de la comunicación interpersonal, comunicación intrapersonal y comunicación institucional.

**Variable 2: Imagen Institucional.** Es la que permite definir a la Municipalidad Provincial de Zarumilla, su función, modelo; es decir es el grupo de elementos que conformar la identidad distintivo de una institución un proyecto fuerte de la misma promueve el sentido de lealtad y pertenencia, es medida desde la imagen física institucional, imagen conceptual institucional e imagen valorativa institucional.

## Matriz de Operacionalización de las variables

**Cuadro 1:** Operacionalización de las variables

Variables	Operacionalización de las variables	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
VARIABLE 1: Comunicación interna	Es una estrategia activa generado de cambios porque permite a los colaboradores de la muestra, informarse de manera eficaz sobre los objetivos y valores institucionales su buen uso desarrolla el sentido de pertenencia de sus integrantes, es medida de por medio de la comunicación interpersonal, comunicación intrapersonal y comunicación institucional.	Comunicación intrapersonal  Comunicación interpersonal  Comunicación institucional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diálogo consigo mismo</li> <li>- Reflexión de ideas de emociones</li> <li>- Reflexión de acciones</li> <li>- Vertical ascendente</li> <li>- Vertical descendente</li> <li>- Horizontal</li> <li>- Transversal</li> <li>- Relaciones de calidad</li> <li>- Imagen pública</li> <li>- Comprensión emocional</li> <li>- Claridad estratégica</li> </ul>	
VARIABLE 2: Imagen institucional	Es la que permite definir a la Municipalidad Provincial de Zarumilla, su función, modelo; es decir es el grupo de elementos que conformar la identidad distintivo de una institución un proyecto fuerte de la misma promueve el sentido de lealtad y pertenencia, es medida desde la imagen física institucional, imagen conceptual institucional e imagen valorativa institucional.	Imagen física institucional  Imagen conceptual institucional  Imagen valorativa institucional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Infraestructura</li> <li>- Perfil institucional</li> <li>- Función institucional</li> <li>- Estructura institucional</li> <li>- Estrategias de difusión</li> <li>- Actividades de difusión</li> <li>- Identificación institucional</li> <li>- Impacto externo</li> <li>- Atención a consultas a usuarios</li> <li>- Asesoramiento a usuarios</li> <li>- Solución de reclamos</li> <li>- Calidad</li> </ul>	Likert Ordinal

**Fuente:** Elaboración propia.

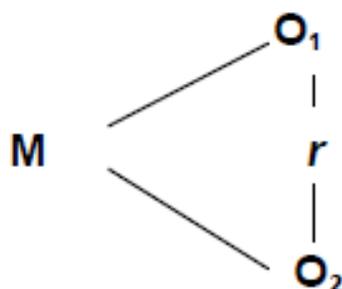
#### 2.1.4 Tipo y diseño de investigación

El estudio “Comunicación Interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, 2022”, de acuerdo a su finalidad es básica, porque se centra en la búsqueda de la verdad independiente de su uso práctico, sus aportes incrementan el conocimiento científico sin la existencia de un acto práctico (Tejedor, 2018); de enfoque cuantitativo, se llama así porque trata fenómenos medibles, usa el recojo de datos para comprobar hipótesis, se sustenta en la medición numérica, hace uso de técnicas estadísticas para procesar los datos recogidos, se centra en la descripción, explicación, en conclusiones cuantificables en el recojo de resultados, procesamiento, análisis e interpretación haciendo uso del método hipotético – deductivo (Sánchez, 2019).

Asimismo, es de tipo correlacional por que mide el nivel de relación entre las variables de estudio.

**Diseño de investigación.** El presente estudio es de diseño No experimental, de corte transversal. Para Sánchez (2020) en este tipo de estudios no se aplica el método experimental, es descriptivo porque hace uso de la metodología de observación descriptiva.

Figura 1. Esquema del diseño descriptivo-correlacional



**Dónde:**

M : Muestra integrada.

O<sub>1</sub> : Observación de la Comunicación interna

O<sub>2</sub> : Observación de la Imagen institucional

r : Relación entre las variables

### 2.1.5 Población, muestra y muestreo.

**Población.** Para Arispe et al. (2020) La población es conocida como el total de casos con características en común y se ubican en un espacio determinado para ser investigados. La población estará integrada por 284 trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla.

**Cuadro 2.** Distribución de la población de la Municipalidad Provincial de Zarumilla.

Trabajadores	Cantidad
Hombres	150
Mujeres	134
<b>Total</b>	<b>284</b>

*Fuente:* Oficina de Recursos Humanos de la MPZ

#### **Muestra.**

Para Ventura (2017) argumenta que la muestra es fracción o parte de la población.

La muestra estuvo formada con 104 trabajadores como: funcionarios públicos, servidores públicos que trabajan en la Municipalidad Provincial de Zarumilla y 104 pobladores del mismo distrito. Para calcular el tamaño de la muestra en relación a los se aplicó la fórmula:

$$n = \frac{N z^2 p.q}{d^2(N-1) + z^2 p.q}$$

#### **Dónde:**

n= Tamaño muestra.

Z= Valor critico normal

P= Proporción de la población = 0,50

Q= 1 – P = 0,50

N= Tamaño de población finita.

E= Margen de error

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(284)}{(0.05)^2(284 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)} = 164$$

**Ajuste:**

$$n = \frac{164}{1 + \frac{164}{284}} = 104 \text{ trabajador.}$$

**Cuadro 3.** Distribución de muestra de la Municipalidad Provincial de Zarumilla.

<b>Colaboradores</b>	<b>Total</b>
Hombres	60
Mujeres	44
<b>Total</b>	<b>104</b>

**Fuente:** Oficina de Recursos Humanos de la MPZ

### **Muestreo.**

Se aplicaron dos tipos de muestras. Para los trabajadores el tipo de muestreo del estudio es probabilístico, esta clasificación busca que los integrantes de la población posean la misma probabilidad de ser elegidos para representarla (Carpio et al., 2019) , el tipo utilizado fue el:

Muestreo aleatorio simple. Conoce los elementos de la población a cada sujeto se le asigna un número correlativo y por medio del método del azar se selecciona a cada individuo hasta completar la muestra requerida (Carpio et al., 2019). En el estudio se empleó este muestreo porque permitió que cada colaborador de la Municipalidad Provincial de Zarumilla tuviera la probabilidad de ser seleccionado como integrante de la muestra, el instrumento fue realizado de modo aleatorio.

#### **2.1.6 Criterios de selección**

Los sujetos incluidos en el estudio son:

- Trabajadores de las diversas áreas nombrados y contratados.
- Funcionarios de la municipalidad.
- Personal de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, que por voluntad propia participan de la investigación.

Por otra parte, se han excluido a:

- Trabajadores que no lograron completar los cuestionarios virtuales.
- Trabajadores que no firmaron el consentimiento informado ya que no desearon ser parte de la investigación.

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

Para Salvador et al., (2021) técnica, es un método sistemático para obtener datos por medio de respuestas a preguntas realizadas a un grupo de instituciones con el fin de describir las particularidades de la población a la que integra, requiere de una planificación y estructuración de una investigación que haga empleo del método cuantitativo.

Para esta investigación se aplicó la encuesta como técnica y por los momentos que se viven por causa del COVID-19, cuidadoso de los protocolos de bioseguridad se consideró pertinente aplicar la encuesta online, ya que facilitó el recojo de datos de modo confiable y objetivo sobre las maneras de conductas de la muestra por medio de la relación entre variables. Además, es una investigación cuantitativa, por lo que se hizo uso del método inductivo y analítico.

Ballesteros et al., (2019) se aplicará el cuestionario electrónico como instrumento para registrar la información de los participantes. Es la conversión de un cuestionario en un formulario online en Google forms, al generarse el enlace o link es enviado a los participantes mediante mensajes de texto, correos electrónicos, mensajería de whatsapp o por cualquier aplicación virtual o red social.

### **2.1.8 Confiabilidad y validación del instrumento.**

La confiabilidad es la consistencia en los resultados de homogeneidad arrojados en los ítems que integran el instrumento calculado con resultados de la prueba piloto (Posso Pacheco & Bertheau, 2020). Se aplicó Alfa de Cronbach porque es un estadístico utilizado para medir

datos politómicos, se aplicó la prueba piloto en la Municipalidad distrital de San Juan de la Virgen; según el alfa de cronbach la confiabilidad de los instrumentos sobre Comunicación interna e imagen institucional es muy buena con un valor de 0,949 y 0,958 respectivamente.

**Cuadro 4. Confiabilidad**

Variable	Alfa de Cronbach	N° de elementos
Comunicación interna	0,949	26
Imagen institucional de los trabajadores	0,958	26

**Fuente:** Prueba piloto.

### 2.1.9 Procedimiento de recolección de datos.

Se realizaron las coordinaciones necesarias con el funcionario de la Municipalidad Provincial de Zarumilla para la aplicación de los instrumentos para así poder realizar la investigación, luego del visto bueno se hizo llegar a la muestra seleccionada un formulario de Google drive donde se encontraba el consentimiento informado y los ítems de cada instrumento. Por el contexto debido al COVID-19, se usaron plataformas digitales para realizar la recolección de datos, aplicando los instrumentos correspondientes de manera individual y de forma anónima.

### 2.1.10 Método de análisis de datos

El análisis descriptivo, consiste en descubrir y analizar datos de una muestra sin sacar inferencias la conforman procedimientos para resumir o describir características de mediciones (Arredondo et al., 2020). Por lo general suele presentarse en cuadros, figuras, tablas o gráficos.

El análisis inferencial, es utilizado en estudios donde se comparan los resultados entre 2 o más grupos por medio de la inferencia se elaboran conclusiones a partir de las pruebas realizadas con los datos conseguidos de una muestra, son utilizadas para establecer la probabilidad de una conclusión (Flores et al., 2017). En el presente estudio se aplicó la prueba de normalidad para establecer el tipo de estadístico a utilizarse para calcular la relación entre las variables.

Considerando que si: Sig. =  $> \alpha$  es decir a 0.05 se admite  $H_0$  los valores provienen de una distribución normal o Sig.  $< \alpha$  es decir a 0.05 se acepta  $H_1$  los valores no provienen de una distribución normal. Se aplica  $r$  de Pearson, si los datos son paramétricos es decir Sig.  $V_1$  y  $V_2 > 0.05$ ; y/o Rho de Spearman si los son no paramétricos; es decir en una variable Sig.  $< 0.05$  y en la otra Sig.  $> 0.05$  o inversamente y/o Sig.  $V_1$  y  $V_2 < 0.05$ .

#### **2.1.11 Aspectos éticos**

Los criterios éticos nacionales considerados fueron: honestidad, independencia e imparcialidad. Se considerará el anonimato porque el recojo de datos predominará la codificación. Veracidad y autenticidad en la presentación de los datos sin ningún tipo de manipulación. Se tomo en cuenta los principales principios éticos: Beneficencia, porque favoreció a los integrantes de la muestra. No maleficencia, porque no padecieron ningún daño los integrantes de la muestra. Autonomía, porque los colaboradores se comportaron con plena libertad declarando su consentimiento voluntario. Justicia, porque predominó la igualdad no existirán diferencias entre participantes se les aplicó el mismo instrumento.

### III. RESULTADOS

#### 4.1 RESULTADOS

Se presenta los resultados sistematizados en un modo lógico, ordenado y objetivo, mostrados en tablas y figuras, permitiendo engrandecer la teoría científica.

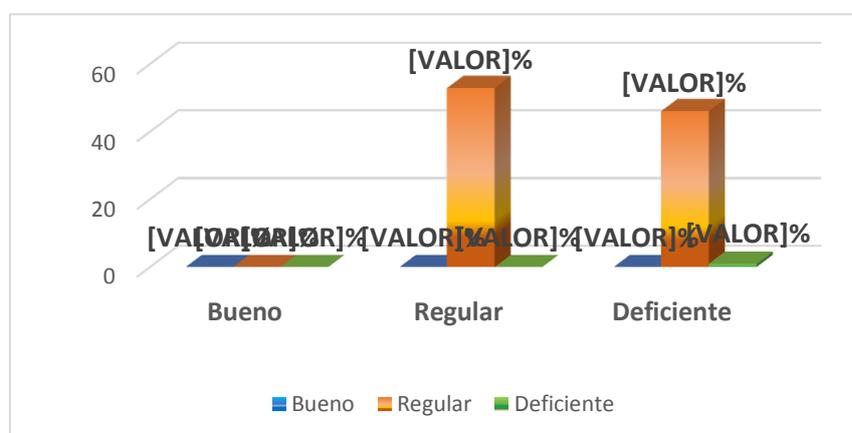
**Tabla 5:**

*Describir la comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022.*

		Variable 2: Imagen institucional							
		Bueno		Regular		Deficiente		Total	
Variable 1: Comunicación interna		f	%	f	%	f	%	f	%
	Bueno	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	Regular	0	0.0	75	72.8	28	27.2	103	99.0
	Deficiente	0	0.0	0	0.0	1	1.0	1	1.0
Total				55	52.9	49	47.1	104	100

Elaboración propia.

El Cuadro 5. Muestra el análisis de describir la comunicación interna y la percepción de imagen institucional, se puede observar que en la comunicación interna y la imagen institucional un 72.8% (75) se encuentran en el nivel regular. Un 27.2% (28) deficiente.



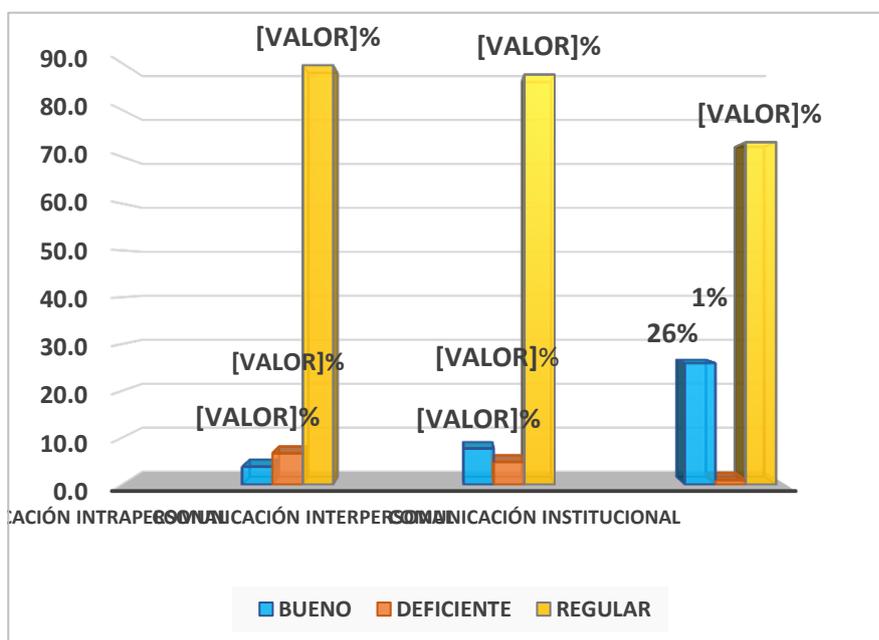
**Fuente:** Cuadro 5.

**Figura 1:** Distribución porcentual de la relación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022.

**Cuadro 6:** Comunicación interna entre trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla

Comunicación Interna						
Niveles	Comunicación intrapersonal		Comunicación interpersonal		Comunicación institucional	
Bueno	4	3.8%	8	7.7%	27	26.0%
Deficiente	7	6.7%	5	4.8%	1	1.0%
Regular	93	89.5%	91	87.5%	76	73.0%
Total	104	100.0%	104	100.0%	104	100.0%

En el Cuadro 6. se describe el análisis de los niveles de la comunicación interna y sus dimensiones: Un 89.5% opina que el nivel de la comunicación intrapersonal es regular, otro 6.7% indica que deficiente y un 3.8% la categoriza como bueno. Además, un 87.5% afirma que el nivel de la comunicación interpersonal es regular, un 4.8% asegura que es deficiente y el 7.7% testifica que es bueno. Finalmente, un 73% opina que el nivel de la comunicación institucional es regular, un 26% es bueno y un 1% deficiente.



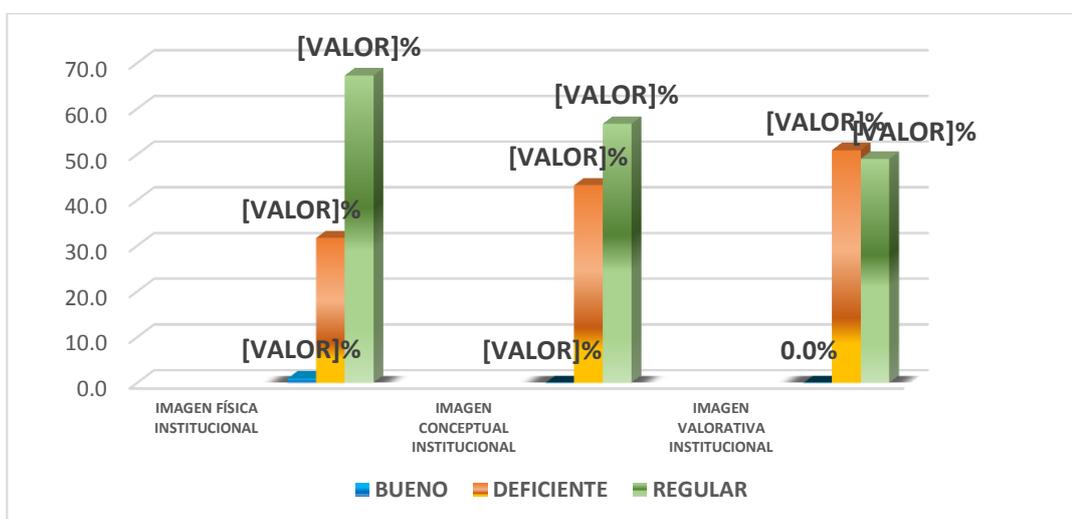
**Fuente:** Cuadro 6.

**Figura 2:** Distribución porcentual de la comunicación interna apreciada por los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022.

**Cuadro 7:** Percepción de la imagen institucional entre trabajadores.

Niveles	Imagen institucional					
	Imagen física institucional		Imagen conceptual institucional		Imagen valorativa institucional	
Bueno	1	1.0%	0	0.0%	0	0.0%
Deficiente	33	31.7%	45	43.3%	53	51.0%
Regular	70	67.3%	59	56.7%	51	49.0%
Total	104	100.0%	104	100.0%	104	100.0%

En el Cuadro 7. se describe el análisis de la variable imagen institucional y sus dimensiones en relación de la percepción que tienen los trabajadores: Un 67.3% opina que el nivel de la imagen física institucional es regular, otro 31.7% indica que deficiente y un 1.0% la categoriza como bueno. Además, un 56.7% afirma que el rango de la imagen conceptual institucional es regular, un 43.3% asegura que es deficiente. Un 49.0% opina que el rango de la imagen valorativa institucional es regular y un 51.0% es deficiente.



**Fuente:** Cuadro 7.

**Figura 3:** Distribución porcentual de la imagen institucional apreciada por los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022.

**Cuadro 8:** Correlación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022.

		Comunicación interna	Imagen institucional
Rho de Spearman	Comunicación interna	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,810**
		N	,000
	Imagen institucional	Coeficiente de correlación	104
		Sig. (bilateral)	,810**
		N	,000
		104	104

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

El cuadro 8, grafica los valores de la prueba estadística “rho” Spearman de los datos conseguidos, el valor es 0.810 siendo una relación directa muy buena; es decir; el rango de significancia de la prueba es igual a 0. 000, valor inferior a 0.05; por lo tanto, se acepta:  $H_1$ : Existe relación directa entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022; y se rechaza  $H_0$ .

## 4.2 DISCUSIÓN

En este apartado, que corresponde a la discusión, examinamos gráficamente la interpretación, comparación y relaciones de los resultados obtenidos de estudios previos, con el objetivo de buscar similitudes o diferencias. El estudio tiene como objetivo general: “Determinar la relación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes, 2022”. Los resultados del cuadro 5, grafican la descripción de ambas variables de la comunicación interna y la percepción de imagen institucional dónde se determina un nivel regular con un 72.8%. Estos resultados coinciden con la investigación de Lalangui (2017) quien hace mención según los sujetos de muestra que el servicio que reciben indica el 47% como regular, en relación a la atención del personal.

La comunicación interna y sus dimensiones se observa en la tabla 6, un 89.5% en la dimensión comunicación intrapersonal es regular, un 87.5% afirma que en la dimensión de la comunicación interpersonal es regular, un 73% en la dimensión de la comunicación institucional es regular. Estudios similares encontramos con Gil (2020) concluye que la comunicación interna ha fortalecido a la imagen institucional, sin embargo, difiere con el estudio de Sánchez (2020), el autor concluye: que la comunicación interna en la empresa investigada muestra dificultades internas como la coordinación. Similar estudio de Frare (2020) menciona que la comunicación interna es un área poco perfeccionada en la empresa, para alcanzar los objetivos formulados. Miranda (2018), concluye que una buena comunicación interna y la imagen se ubica en un rango medio. Rodas (2020) concluye que existe una relación entre imagen institucional y comunicación interna. Arbulu (2021) perciben la imagen institucional y la comunicación interna buena.

Los resultados del cuadro 7, se describe el análisis de los niveles de la variable imagen institucional y sus dimensiones: Un 67.3% opina que el nivel de la imagen física es regular. Además, un 56.7% afirma que el nivel de la imagen conceptual es regular, un 49.0% opina que el nivel de la imagen

valorativa es regular. Los resultados son semejantes a los Miranda (2018) concluye existe relación una buena comunicación corporativa, pero la imagen institucional se ubica en un rango medio. Castillo (2020) afirma en el marco teórico que la imagen institucional es la identidad de la empresa ayuda a los usuarios a retener los atributos y reconocimiento de valores determinantes para conquistar a sus usuarios, siendo necesario elaborar estrategias comunicacionales efectivas. Arbulú (2021) Concluye la imagen institucional tiene aceptación por los integrantes de la comunidad educativa, los estudiantes perciben la imagen institucional y la comunicación interna buena. Carrasco (2018) manifiesta la imagen institucional está integrada por el conjunto de creencias como producto de la representación mental o virtual que, permite proyectar al público cualidades, fortaleza, debilidades y características de una organización. Frare (2020) que la comunicación interna es un área poco perfeccionada en la empresa se muestran acciones concretas para alcanzar los objetivos formulados. En el diario gestión en un escrito de Gil (2020) comentó que la comunicación interna se centra en el fortalecimiento de los espacios de conexión virtual conllevando que los trabajadores se vinculen con la energía de la colaboración a la imagen institucional.

Los resultados del cuadro 8, indican la prueba de hipótesis sobre la correlación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional, indicándose que existe relación directa entre variables en un nivel de alto según Rho de Spearman de 0.810. Los resultados se asemejan al estudio de Navarro (2020) el autor refiere que existe un nivel de relación de 0.787  $p=0.000$ . entre la percepción de la imagen corporativa y la comunicación intrapersonal. Resultados que coinciden con la investigación de Rodas (2020) indica que según el chi cuadrado indican un valor relacional de las variables de 0.214 con un  $p=0.000$ ; el valor  $p=0.018$  y coeficiente de 0.149 entre comunicación interna e imagen conceptual. Concluye, existe relación entre variables; también existe relación entre imagen institucional y comunicación interna. Según Oyarvide, et al., (2017) en su artículo científico describe que la comunicación interna es una actividad indispensable dentro de una institución porque a través de estos procesos se coordinan acciones

esenciales que dan sentido a la organización con la finalidad de construir los valores de la cultura organizacional. Maza (2019) menciona sobre la comunicación interna como herramienta de gestión, símbolo de modernidad para las organizaciones preocupadas por la calidad, conocida también como modelo de mensajes compartidos dada de manera fluida, motivadora, eficaz entre miembros de una institución. Bravo Herrera & Damián Núñez (2021) en la teoría menciona que la imagen institucional es la complacencia total que tienen los integrantes de una empresa y sus usuarios, los mismos que se dejan influir por la calidad de servicio o producto ofrecidos por una institución.

## IV. CONCLUSIONES

1. Se identifica que la comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla se encuentra en un nivel regular.
2. Los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla se caracterizan por tener una comunicación interna de un nivel regular referente a las dimensiones comunicación intrapersonal, comunicación interpersonal y la comunicación institucional.
3. La percepción de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla sobre la imagen institucional es regular, con respecto a las dimensiones: Imagen física institucional e Imagen conceptual institucional. En cambio, en la Imagen valorativa institucional predominó el nivel deficiente.
4. Se estableció que existe correlación directa con un nivel bueno, entre las variables de comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, mediante el estadístico Rho de Spearman (0.810).

## V. RECOMENDACIONES

1. A los directivos de la Municipalidad de Zarumilla, programar seminarios-talleres sobre fortalecimiento y/o desarrollo de habilidades sociales a los trabajadores, y de asesoría a los usuarios, para que brinden un servicio de calidad.
2. Al personal de la Municipalidad Provincial de Zarumilla proponer frecuentemente acciones para comunicar sus expectativas y las funciones, para fortalecer una buena imagen institucional positiva, que desde el interior permita la motivación de sus colaboradores y sea visualizada desde el exterior por los usuarios por medio de una calidad de servicio.
3. A los profesionales de Ciencias de la Comunicación que forman parte del Área de Imagen de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, optimizar la aplicación de estrategias eficientes para mejorar la percepción de los usuarios.
4. A los directivos de la Municipalidad de Zarumilla, programar seminarios-talleres sobre fortalecimiento y/o desarrollo de habilidades sociales a los trabajadores, y de asesoría a los usuarios, para que brinden un servicio de calidad.
5. A la Dirección de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes, como parte de su formación académica, dentro de responsabilidad social realizar cursos de capacitación y actualización en las diferentes Municipalidades de la región de Tumbes, sobre la comunicación interna, para que de esa manera los colaboradores de las municipalidades mejorar la imagen institucional.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Alarcón, A., & Prado, M. (2021). *La Comunicación Interna y su incidencia en el Clima Organizacional en la Empresa Transnacional en Hidrocarburos*, Lima, 2018. Universidad San Martín de Porres.
- Arbulú Castañeda, M. F. (2021). *Plan estratégico de comunicación para mejorar la gestión de la imagen institucional de la Universidad Nacional de Tumbes* [Tesis de licenciatura] Universidad Nacional de Tumbes. <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/UNITUMBES/2312>
- Arias Gonzáles, J. L., Covinos Gallardo, M. R., & Cáceres Chávez, M. (2020). *Formulación de los objetivos específicos desde el alcance correlacional en trabajos de investigación. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 2215(2), 237–247. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v4i2.73](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.73)
- Arispe Alburqueque, C. M., Yangali Vicente, J. S., Guerrero Bejarano, M. A., Lozada de Bonilla, O. R., Acuña Gamboa, L. A., & Arellano Sacramento, C. (2020). *La investigación científica una aproximación para los estudios de posgrado* (M. G. Guerrero Bejarano & J. D. Villanueva Urresta (eds.)). [https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA.pdf](https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA_INVESTIGACIÓN_CIENTÍFICA.pdf)
- Arredondo Domínguez, E. R., Gómez Cárdenas, R. E., Lalama Flores, R., & Chóez Chóez, L. O. (2020). *Investigación científica y estadística para el análisis de datos. AUTORES: Dilemas Contemporáneas: Educación, Política y Valores.*, 8(1), 1–9. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/en/mdl-20203177951%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0887-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z%0Ahttps://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193%0Ahttp://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article>
- Ballesteros Velázquez, B., Gil Jaurena, I., & Morentin Encina, J. (2019). *Validación de la versión en castellano del cuestionario “Community of*

- Inquiry.*” Revista de Educación a Distancia (RED), 1(59), 1–26.  
<https://doi.org/10.6018/red/59/04>
- Bermúdez coral (s/f) “LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LAS ORGANIZACIONES” MÁSTER UNIVERSITARIO EN RR.HH ICADE BUSINESS SCHOOL. Recuperado el 7 de septiembre de 2022, de <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/7425/4/TFM000339.pdf>
- Batallas Astudillo, I. L., Luna, A. J., & Uriguen Aguirre, P. A. (2021). *Structural contingency in the income level: An analysis in medium and large oreense companies. INNOVA Research Journal*, 6(2), 209–224.  
<https://doi.org/10.33890/innova.v6.n2.2021.1706>
- Belategi, O., Gago, M., & Egaña, T. (2019). *La comunicación interna en las cooperativas: la percepción de las personas trabajadoras sobre la escucha y la información. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 130, 9–32. <https://doi.org/10.5209/reve.62812>
- Benegas Ramos, M. V. (2020). *Análisis de la comunicación interna de FBC Melgar, Arequipa 2020* [Tesis de licenciatura] Universidad Católica de Santa María. <https://1library.co/document/qo5dx10y-influencia-internet-produccion-escritos-estudiantes-institucion-educativa-arequipa.html>
- Bermeo Turchi, A. T. (2018). *Relación de la comunicación interna en la municipalidad de san juan de miraflores en la identidad corporativa* [Tesis de licenciatura] Universidad San Martín de Porres. [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4351/3/romero\\_cse.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4351/3/romero_cse.pdf)
- Bernal García, M. I., Salamanca Jiménez, D. R., Perez Gutiérrez, N., & Quemba Mesa, M. P. (2020). *Content validity by expert judgment of an instrument to measure physico-emotional perceptions in anatomical dissection practice. Educación Medica*, 21(6), 349–356.  
<https://doi.org/10.1016/j.edumed.2018.08.008>
- Bernal Torres, C. A. (2020). Metodología de la investigación (Orlando Fernández Palma (ed.); Pearson Ed).
- Bravo Herrera, R. I., & Damián Núñez, E. D. (2021). Clima laboral y percepción de la imagen institucional. PSIQUEMAG/ Revista Científica

Digital de Psicología, 10(1), 1–9.  
<https://doi.org/10.18050/psiquemag.v10i1.2747>

- Directivos, R. (2019, octubre 17). Comunicación transversal: definición e importancia. Retos Directivos - EAE Business School. <https://retos-directivos.eae.es/comunicacion-transversal-definicion-e-importancia/>
- Carrasco Campos, M. A. (2018). *Gestión administrativa y desempeño laboral en la imagen institucional de una Institución Educativa Emblemática 2018* [[Tesis de doctorado] Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/16078>
- Castillo Burga, J. C. V. (2020). *Estrategias de Comunicación y la Imagen Institucional de la Municipalidad* [Tesis de maestría] Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/50478>
- Cerón Islas, A., Cerón Islas, H., & Rodríguez Reyes, R. (2020). *Importancia de la investigación Importance of research*. 9(17), 49–50.
- Charry Condor, H. O. (2018). *The management of internal communication and the organizational climate in the sector public*. *COMUNI@CCIÓN*, 9(1), 25–34.  
[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lng=es&tlng=es)
- Cuenca Lalangui, M. V. (2017). *Estudio de la percepción de la imagen institucional de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Quito en los estudiantes de Administración de Empresas* [Tesis de maestría] Universidad Andina Simón Bolívar. <http://hdl.handle.net/10644/5697>
- Egas Cruz E. (2018). Revista *Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil – Ecuador - Vol. 39 (Nº 24) Año 2018*
- Frare Famá, Mendoza M. (2020) *Comunicación Institucional Plan de Comunicación Interna Caso de estudio: FUESMEN*
- Feliz Marrero, J. (2020). *Efectos del COVID-19 en los mecanismos de coordinación*. *Ciencia, Economía y Negocios*, 4(2), 107–129. <https://doi.org/https://doi.org/10.22206/ceyn.2020.v4i2.pp107-129>

- Flores Ruiz, E., Miranda Novales, M. G., & Villasís-Keever, M. Á. (2017). *Metodología de la investigación*. *Rev Alerg Mex*, 64(3), 364–370. <http://www.revistaalergia.mx>
- García Morales, S. N. (2019). *El empoderamiento docente y la imagen institucional en la Institución Educativa N° 1251 Peruano Suizo*, Lima, 2018 [Tesis de maestría] Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/37691>
- Gil Mena, F. (2020). Teletrabajo | Trabajo remoto | Teletrabajo: importancia de la comunicación interna se triplicó desde que trabajamos en casa | Teletrabajo en Perú | Comunicación Interna | economía | gestión. gestión, noticias. <https://gestion.pe/economia/management-empleo/teletrabajo-trabajo-remoto-teletrabajo-importancia-de-la-comunicacion-interna-se-triplico-desde-que-trabajamos-en-casa-teletrabajo-en-peru-comunicacion-interna-noticia/>
- Guerra Alva, D. M., & Gómez Rengifo, G. J. (2018). *La responsabilidad social y su incidencia en la imagen institucional de la dirección regional de transportes y comunicaciones de san martín de la ciudad de Tarapoto 2014* (Vol. 1) [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional de San Martín. <http://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/574>
- Gutiérrez Gómez (2013). Universidad Santo Tomás / Vicerrectoría de Universidad Abierta y a Distancia. Edu.co. Recuperado el 7 de septiembre de 2022, de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/23242/Teor%C3%ADa%20general%20de%20sistemas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, H. A., & Pascual Barrera, A. E. (2018). *Autoevaluación Del Sistema De Gestión Ambiental Validation of a Research Instrument for the Design of a Self-Assessment Methodology*. *Revista Internacional Agraria y Ambiental*, 9(1), 57–164. <https://doi.org/https://doi.org/10.22490/21456453.2186>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI. (2020). *Informe Anual de Percepción Ciudadana sobre Gobernabilidad, Democracia y Confianza en las Instituciones*. Recuperado de <http://m.inei.gob.pe/me>

[cursivo/boletines/informe\\_de\\_gobernabilidad\\_may2020.pdf](#)

Ladino Marín, P. (2017). *Teorías de la comunicación* (F. U. del Á. Andina (ed.); Fondo edit). <http://www.areandina.edu.com>

Martínez Corona, J. I., Palacios Almón, G. E., & Juárez Hernández, L. G. (2020). *Analysis of construct validity of the instrument: "Managerial approach in management for results in the knowledge society. Retos*, 10(19), 153–165. <https://doi.org/10.17163/ret.n19.2020.09>

Maza Cahuascano, V. (2019). *Comunicación interna y el desempeño laboral de los trabajadores del área de Recursos Humanos de la UGEL No 04 Comas, Lima-2018* [Tesis de maestría]. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/32370>

Mendoza Barrientos, L. C. (2020). *Responsabilidad Social Empresarial e Imagen Institucional desde la*. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/48283>

Miranda Pizarro, J. M. (2018). *Comunicación corporativa e imagen institucional en la Corte Superior de Justicia del Callao - 2018*. Universidad César Vallejo.

Mogollón Viera, Diana Karolina (2022) comunicación interna y clima organizacional en el medio periodístico digital Walac Noticias 2022. Tesis Universidad Cesar Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/97004/Mogollon\\_VDK-SD.pdf?sequence=4](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/97004/Mogollon_VDK-SD.pdf?sequence=4)

Navarro León, W. X. (2020). *El uso de la aplicación zoom y la comunicación interna en los estudiantes de la escuela profesional ciencias de la comunicación, Untumbes, 2020*. [Tesis de licenciatura] Universidad de Tumbes.

Ñeco Morote, L., Baños Hidalgo, M., Bernal Medrano, I., Gonda GARCÍA, C., Guilló Cutillas, A., Amatriain, N. M., Leal Paya, A., Martínez López, L., Merafina, M., Pina Sánchez, R., Valenciano Nieto, G., & Santamaría de la Rosa, S. (2018). *Teorías sistémicas y paradigma de investigación performativa en los estudios superiores de danza investigación performativa en los estudios*. *El Artista*, 15.

- Oña Sinchiguano, B. E. (2020). *Contingency Theory and Cost Theory in vulnerable economic sectors*. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonia*, V(4), 706–716. <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i4.1004>
- Oyarvide Ramírez, H. P., Reyes Sarria, E. F., & Montaña Colorado, M. R. (2017). *La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas*. *Dominio de Las Ciencias*, 3(4), 296. <https://doi.org/10.23857/dc.v3i4.687>
- ONU, mujeres (2010) Desarrolle una estrategia de difusión. Endvawnow.org. Recuperado el 7 de septiembre de 2022, de <https://www.endvawnow.org/es/articles/370-desarrolle-una-estrategia-de-difusin.html>
- Paredes Rodríguez E. (2020) *La comunicación interna y el compromiso institucional en la gerencia de desarrollo humano de la municipalidad provincial de barranca*.
- Pérez Granero, L., GUillén, M., & Bañón Gomis, A. (2017). Contigencia. *Revista de Contabilidad*, 20(1), 82–94. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.07.002>
- Pérez Villavicencio, Doris Roxana (2021) *Relación entre las actividades comunicacionales internas de la subprefectura de la provincia de Celendín y su imagen corporativa entre sus trabajadores durante el año 2021*
- Pérez Ames, Katia Pilar (2022). *Comunicación interna y clima organizacional del Instituto Geofísico del Perú en el marco del COVID-19, 2021 UCV*. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/85427/P%C3%A9rez\\_AKP-SD.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/85427/P%C3%A9rez_AKP-SD.pdf?sequence=1)
- Pérez Pisco, Sharon Elizabeth (2022) . *El impacto de la comunicación interna en el comportamiento organizacional en la empresa Corporación Vega S. A. C., en el periodo 2021 – 2022*, tesis Universidad Continental. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/12465/1/IV\\_FCE\\_308\\_TE\\_Perez\\_Pisco\\_2022.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/12465/1/IV_FCE_308_TE_Perez_Pisco_2022.pdf)

- Posso Pacheco, R. J., & Bertheau, E. L. (2020). *Validez y confiabilidad del instrumento determinante humano en la implementación del currículo de educación física*. Revista EDUCARE - UPEL-IPB - Segunda Nueva Etapa 2.0, 24(3), 205–223. <https://doi.org/10.46498/reduipb.v24i3.1410>
- Prieto Castellanos, B. J. (2018). *El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales*. Cuadernos de Contabilidad, 18(46). <https://doi.org/10.11144/javeriana.cc18-46.umdi>
- Quezada Sánchez, L. E. E. (2020). *Influencia De Las Relaciones Públicas 2.0. En La Imagen Institucional De La Asociación Túpac Amaru, Del Distrito De San Luis, Año 2018*.
- Ramos Galarza, C. (2021). *Editorial: Diseños de investigación experimental*. CienciAmérica, 10(1), 1. <https://doi.org/10.33210/ca.v10i1.356>
- Rodas Cardenas, J. (2020). *Comunicación Interna y Gestión por Resultados en la Imagen Institucional en la Gerencia de Desarrollo Social en una Municipalidad de Lima Norte, 2019*. Universidad César Vallejo
- Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, O. A. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*. Revista EAN, 1–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Salazar Merchán, A. M. (2017). *La comunicación interna como desafío en las PyMES comerciales de Guayaquil*. INNOVA Research Journal, 2(10.1), 165–174. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n10.1.2017.499>
- Salvador Oliván, J. A., Marco Cuenca, G., & Arquero Avilés, R. (2021). *Evaluación de la investigación con encuestas en artículos publicados en revistas del área de Biblioteconomía y Documentación*. Revista Española de Documentación Científica, 44(2), e295. <https://doi.org/10.3989/redc.2021.2.1774>
- Sánchez Carlessi, H., Reyes Romero, C., & Mejía Sáenz, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Universidad Ricardo Palma.
- Sánchez Flores, F. A. (2019). *Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos*. Revista Digital de Investigación En Docencia Universitaria, 13, 101–122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>

- Sánchez Gualoto A. (2020), *Análisis de la imagen e identidad corporativa que maneja la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) en el período febrero 2019 – febrero 2020. Universidad Central del Ecuador*
- Sánchez Herrera, Johan Royser (2022). *Comunicación interna y el clima laboral en los colaboradores de “Mibanco” Chiclayo. Universidad de Sipan.*  
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/10207/Sanchez%20Herrera.%20Johan%20Royser.pdf?sequence=1>
- Tejedor, F. J. T. (2018). *Educational research: Utility as a social criterion of quality. Revista de Investigacion Educativa*, 36(2), 315–330.  
<https://doi.org/10.6018/rie.36.2.326311>
- Universidad del Desarrollo de Chile. (2020). *Resultados VIII Encuesta Comunicación Interna Chile y Perú 2020 y Encuesta Comunicación COVID-19 - Universidad del Desarrollo. Destacados, Noticias, Noticias Home.* <https://www.udd.cl/noticias/2020/05/20/resultados-viii-encuesta-comunicacion-interna-chile-y-peru-2020-y-encuesta-comunicacion-covid-19/>
- Urbina, R. (2016, 13 de mayo). Principios teóricos de la cortesía. Brown y Levinson . Pragmática UBU. <https://urbinavolant.com/pragmaubu/2016/05/13/principios-teoricos-de-la-cortesia-brown-y-levinson/>
- Valdivia, R. R. (2020). *Estrategia de comunicación interna para gestionar el impacto del cambio organizacional en el contexto de un proceso de adquisición empresarial: caso Grupo EPENSA S.A.C.* 115.
- Velásquez Morales, M. T. (2018). *Gestión Administrativa e Imagen Corporativa de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018 [Tesis de doctorado] Universidad César Vallejo.*  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/37168>
- Ventura León, J. L. (2017). *Population or Sample. Revista Cubana de Salud Pública*, 43(3), 648–649. <https://doi.org/10.1097/00006199-199009000-00016>

- Vidarte Rojas, J. (2019). *La comunicación interna y su relación con el clima organizacional en las instituciones públicas. Caso: Consejo Nacional de la Magistratura*. [Tesis de licenciatura] Universidad Nacional Mayor de San Marcos. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/10372>
- Viñarás Abad, M., González Vallés, J. E., & Rincón, S. (2020). *La Comunicación Interpersonal y la Comunicación interna en las empresas: un análisis desde la profesión y la Universidad*. *Comunicación y Hombre*, 16, 335–354. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2020.16.607.335-354>
- Villasis, E. (2019) *La comunicación interna es la gran abandonada en las estrategias de las empresas peruanas*. Recuperado de <https://www.linkedin.com/pulse/la-comunicaci%C3%B3n-interna-es-gran-abandonada-en-las-de-erick>
- Vivas Escalante, A. D., & Saavedra Moraga, P. A. (2020). *Comunicación interna en la calidad de la gestión administrativa Liceo Técnico Amelia Courbis, Talca 2018*. *Revista Científica*, 4(2), 116–135.
- Waumba (2023) *Percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Tumbes, en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2022 tesis Universidad Nacional de Tumbes*. <https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/64523/TESIS%20-%20WAUMBA%20HUAJARE.pdf?sequence=1>
- Yahuana Huamán, L. S. (2018). *La comunicación interna y su relación con el clima laboral de la unidad de gestión educativa local – Ugel Morropón, 2018*. Universidad nacional de piura [Tesis de licenciatura] Universidad Nacional de Piura. <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1706>
- Yarlequé Rupay, M. M. (2018). *Percepción de la comunicación interna según los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018*. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/19555>

# **ANEXOS**

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de consistencia del estudio de investigación

#### COMUNICACIÓN INTERNA Y PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE ZARUMILLA, TUMBES 202

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	METODOLOGIA			
<p>¿Cuál es la relación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022?</p> <p style="text-align: center;">1</p>	<b>GENERAL</b>	<b>GENERAL</b>	<b>Variable 1: Comunicación Interna = 15 preguntas</b>			
	<p>Determinar la relación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022.</p>	<p><b>H<sub>i</sub>:</b> Existe relación directa entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes, 2022.  <b>H<sub>0</sub>:</b> Existe relación inversa de comunicación interna y la percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022.</p>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>	<b>ESCALA DE MEDICIÓN</b>
			Comunicación Intrapersonal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diálogo consigo mismo</li> <li>- Reflexión de ideas</li> <li>- Reflexión de emociones</li> <li>- Reflexión de acciones</li> </ul>	Encuesta Aplicada a Directivos, Equipo humano, De la Municipalidad Provincial de Zarumilla.	Likert ordinal
			Comunicación interpersonal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vertical ascendente</li> <li>- Vertical descendente</li> <li>- Horizontal</li> <li>- Transversal</li> </ul>		
		Comunicación institucional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relaciones de calidad</li> <li>- Imagen pública</li> <li>- Comprensión emocional</li> <li>- Claridad estratégica</li> </ul>			
	<b>O. ESPECÍFICOS - 3</b>	<b>H. ESPECÍFICAS</b>	<b>Variable 2: Imagen Institucional = 15 preguntas</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir la comunicación interna entre los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla.</li> <li>• Indagar sobre la percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, que tienen los pobladores de esta provincia.</li> <li>• Establecer la relación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional que tienen los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla..</li> </ul>	<p>H<sub>1</sub>: La comunicación interna se relaciona con la percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022.                      H<sub>2</sub>: La comunicación interna se relaciona con la percepción de la imagen institucional de los pobladores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2022.                      H<sub>3</sub>: La comunicación interna se relaciona con la percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla</p>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>	<b>ESCALA DE MEDICIÓN</b>
			Imagen física institucional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Infraestructura</li> <li>- Perfil institucional</li> <li>- Función institucional</li> </ul>	Encuesta Aplicada a Directivos, Equipo humano, De la Municipalidad Provincial de Zarumilla.	Likert ordinal
		Imagen conceptual institucional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructura institucional</li> <li>- Estrategias de difusión</li> <li>- Actividades de difusión</li> <li>- Identificación institucional</li> </ul>			
		Imagen valorativa institucional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impacto externo</li> <li>- Atención a consultas</li> <li>- Asesoramiento a usuarios</li> <li>- Solución de reclamos</li> <li>- Calidad</li> </ul>			

MÉTODO Y DISEÑO	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA																
<p><b>TIPO DE ESTUDIO:</b> Investigación es de enfoque <b>CUANTITATIVO</b> y tipo de investigación <b>Correlacional</b></p> <p><b>DISEÑO DE ESTUDIO:</b></p> <p>Investigación de diseño No experimental, con propósito medir el grado de relación que exista entre las dos variables de estudio. De paradigma positivista</p> <p><b>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inductivo – Deductivo</li> <li>- Análisis – Síntesis</li> <li>- Abstracción</li> </ul> <p><b>GRÁFICA</b></p> <p><b>Donde:</b> M = Muestra constituida por los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes</p> <p>O<sub>1</sub> = Observación de la Comunicación interna de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes</p> <p>O<sub>2</sub> = Observación de la imagen institucional de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes</p> <p>r = Relación entre las variables O<sub>1</sub> o O<sub>2</sub></p>	<p><b>POBLACIÓN:</b> Para la realización de esta investigación, se ha considerado al personal nombrado y contratado de la Municipalidad Provincial de Zarumilla.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>TRABAJADORES</th> <th>CANTIDAD</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>hombres</td> <td>150</td> </tr> <tr> <td>mujeres</td> <td>134</td> </tr> <tr> <td>total</td> <td>284</td> </tr> </tbody> </table> <p>23 480 habitantes</p> <p><b>MUESTRA:</b> La muestra está formada por 104 trabajadores como: funcionarios públicos, servidores públicos que trabajan en la Municipalidad Provincial de Zarumilla y 104 pobladores del mismo distrito</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">TRABAJADORES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hombres</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>Mujeres</td> <td>44</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td>104</td> </tr> </tbody> </table>	TRABAJADORES	CANTIDAD	hombres	150	mujeres	134	total	284	TRABAJADORES		Hombres	60	Mujeres	44	<b>Total</b>	104	<p>Para el estudio de investigación se plantea como <b>técnica la encuesta</b> y como <b>instrumento el cuestionario electrónico</b>.</p> <p><b>CUESTIONARIO:</b> Aplicado a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Administración:</b> el cuestionario se aplicará a cada uno de los participantes, es la conversión del cuestionario en un formulario online en Google forms, al generarse el enlace o link es enviado a los participantes mediante mensajes de texto, correos electrónicos, mensajería de WhatsApp o por cualquier aplicación virtual o red social</li> <li>- <b>Duración:</b> 30 min.</li> <li>- <b>Ámbito de aplicación:</b> A los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes.</li> <li>- <b>Finalidad:</b> Determinar la relación que existe entre la comunicación interna y la percepción de la imagen institucional de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Tumbes.</li> <li>- <b>Características:</b> El instrumento consta de 52 ítems, en los cuales el participante marcará con un aspa la casilla que crea conveniente y tomando en consideración la escala de Likert que está dividida en cuatro categorías.</li> <li>- <b>Confiabilidad:</b> El cuestionario se ha realizado considerando los estándares de calidad de EFQM y IPEBA.</li> <li>- <b>Validez confiabilidad:</b> para determinar la validez del instrumento fue necesario el uso de tres expertos con amplios conocimientos especializados sobre el fenómeno de estudio y la prueba del coeficiente Alfa de Cronbach.</li> </ul> <p><b>MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS:</b> Para el método de análisis de datos, la información se recogerá a través del cuestionario que luego se sistematizará en una tabla matriz de datos en el programa Microsoft Excel de manera sistemática, considerando el orden de las dimensiones e indicadores. Los resultados obtenidos se mostrarán en tablas y figuras para su adecuada interpretación; asimismo, para contrastar la hipótesis de investigación se utilizará el coeficiente correlacional "r" Pearson y el programa IBM SPSS Statistics versión 26 que comprobará si se rechaza o acepta la hipótesis de investigación. Con la finalidad de dar con exactitud las conclusiones a las preguntas de investigación y los objetivos propuestos.</p>	<p>Luego de aplicadas las pruebas se procederá a crear una base de datos para pasar las respuestas y finalmente, se codificarán los resultados para luego procesados a través de método estadístico de Coeficiente de Pearson en programa SPSS (versión XXI para Windows) y el Excel (versión 2010).</p>
TRABAJADORES	CANTIDAD																		
hombres	150																		
mujeres	134																		
total	284																		
TRABAJADORES																			
Hombres	60																		
Mujeres	44																		
<b>Total</b>	104																		

## ANEXO 2

### Questionario 1

Instrumento de investigación sobre Comunicación interna dirigido a trabajadores

- 1) Autor: Antony Martín Guerrero Farfán
- 2) Año: 2022
- 3) Estructura: Está conformado por 26 ítems
- 4) Duración: El tiempo para responder los ítems es entre 20 a 30 minutos
- 5) Ámbito: Dirigido a trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla
- 6) Codificación: Se establece mediante escala Likert:  
1 nunca, 2 A veces, 3 Casi siempre y 4 Siempre.
- 7) Validez del instrumento: La apreciación total en la validación del instrumento mediante juicio de expertos fue Muy adecuado.
- 8) Confiabilidad estadística: La confiabilidad del instrumento mediante alfa de cronbach es de 0.949
- 9) Calificación. - La calificación según puntuación es la siguiente por Dimensión

Nivel de percepción	D1 Comunicación intrapersonal	D2 Comunicación interpersonal	D3 Comunicación Institucional	Variable Comunicación interna
Bueno	24-32	27-36	27-36	78-104
Regular	16-23	18-26	18-26	52-77
Deficiente	8-15	9-17	9-17	26-51

## Instrumento 1: Variable Independiente: Comunicación Interna

Se te invita a responder este cuestionario virtual diseñado para medir el nivel de comunicación interna en tu institución, el cual demorará entre 20 a 30 minutos aproximadamente. Después de registrar los datos generales, marca una sola opción de la escala propuesta en cada ítem. La información que se recoja será confidencial. De antemano se agradece tu colaboración y permiso resaltando la importancia de tu valiosa participación.

DIMENSIONES/ INDICADORES/ ITEMS		ESCALA			
		1. Nunca	2. A veces	3. Casi Siempre	4. Siempre
<b>DIMENSIÓN 1: COMUNICACIÓN INTRAPERSONAL</b>					
<b>INDICADOR: Diálogo consigo mismo</b>					
1	En relación a su trabajo ¿Se pregunta con frecuencia si está preparado?	1	2	3	4
2	¿Aprovecha comentarios o ideas positivas de los demás para crecer profesionalmente?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Reflexión de ideas</b>					
3	¿Piensa antes de decir algo?	1	2	3	4
4	¿Comunica con claridad lo que piensa?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Reflexión de emociones</b>					
5	¿Cuándo está conversando con alguien usted procura escuchar a la persona sin interrumpir?	1	2	3	4
6	¿Se siente feliz cuando recibe reconocimiento de su jefe?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Reflexión de acciones</b>					
7	¿Usted con frecuencia cumple las funciones de su puesto?	1	2	3	4
8	¿Usted con frecuencia asume las responsabilidades de su puesto?	1	2	3	4
<b>DIMENSIÓN 2: COMUNICACIÓN INTERPERSONAL</b>					
<b>INDICADOR: Comunicación vertical ascendente</b>					

9	En el trabajo ¿Considera que tus jefes consideran importante tu opinión?	1	2	3	4
10	¿Tiene buena comunicación con sus jefes?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Comunicación vertical descendente</b>					
11	¿Considera que sus jefes de trabajo tienen buena comunicación con los trabajadores?	1	2	3	4
12	Cuando hay problemas en el trabajo ¿Considera que sus jefes involucran a los trabajadores a buscar soluciones?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Comunicación horizontal</b>					
13	¿Considera que el personal de tu oficina es colaborativo?	1	2	3	4
14	¿Tiene buena comunicación con tus compañeros de trabajo?	1	2	3	4
15	¿Tiene buena comunicación con el personal de oficina de manera permanente?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Transversal</b>					
16	¿Considera que en tu lugar de trabajo existe una adecuada comunicación de mensajes entre el personal?	1	2	3	4
17	¿Cree usted que los jefes de trabajo motivan a que el personal trabaje de manera eficiente?	1	2	3	4
<b>DIMENSIÓN 3: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>					
<b>INDICADOR: Relaciones de calidad</b>					
18	En su trabajo ¿Se promueve el buen trato entre compañeros?	1	2	3	4
19	En su lugar de trabajo ¿Se recibe información de diferentes medios de comunicación?	1	2	3	4
20	¿En su institución realizan charlas orientadas a escuchar a los trabajadores?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Imagen pública</b>					
21	¿En su lugar de trabajo se mantiene frecuente comunicación con la comunidad?	1	2	3	4
22	¿En su trabajo se emplea la tecnología para comunicarse con la comunidad?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Comprensión emocional</b>					
23	¿Considera que los jefes escuchan las ideas de sus trabajadores para motivar a su equipo?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Claridad estratégica</b>					
24	¿Se siente comprometido con las metas de tu institución?	1	2	3	4
25	¿Comprende la información que te brindan en tu lugar de trabajo?	1	2	3	4
26	¿Cree que la institución promueve continuamente la generación de ideas creativas e innovadoras?	1	2	3	4

## Cuestionario 2

Instrumento de investigación sobre Imagen institucional dirigido a trabajadores

- 1) Autor: Antony Martín Guerrero Farfán
- 2) Año: 2022
- 3) Estructura: Está conformado por 26 ítems
- 4) Duración: El tiempo para responder los ítems es entre 20 a 30 minutos
- 5) Ámbito: Dirigido a trabajadores de la Municipalidad Provincial de Zarumilla
- 6) Codificación: Se establece mediante escala Likert:  
1 nunca, 2 A veces, 3 Casi siempre y 4 Siempre.
- 7) Validez del instrumento: La apreciación total en la validación del instrumento mediante juicio de expertos fue Muy adecuado.
- 8) Confiabilidad estadística: La confiabilidad del instrumento mediante alfa de cronbach es de 0.958
- 9) Calificación. - La calificación según puntuación es la siguiente por Dimensión

Nivel de percepción	D1 Imagen física institucional	D2 Imagen conceptual institucional	D3 Imagen valorativa institucional	Variable Imagen institucional
Bueno	22-28	22-28	37-48	79-104
Regular	15-21	15-21	25-36	53-78
Deficiente	7-14	7-14	12-34	26-52

## Instrumento 2: Variable Independiente: Imagen institucional

Se te invita a responder este cuestionario virtual diseñado para medir la percepción de la imagen institucional en tu institución, el cual demorará entre 10 a 15 minutos aproximadamente. Después de registrar los datos generales, marca una sola opción de la escala propuesta en cada ítem. La información que se recoja será confidencial. De antemano se agradece tu colaboración y permiso resaltando la importancia de tu valiosa participación.

DIMENSIONES/ INDICADORES/ ITEMS		ESCALA			
		1. Nunca	2. A veces	3. Casi Siempre	4. Siempre
<b>DIMENSIÓN 1: IMAGEN FÍSICA INSTITUCIONAL</b>					
<b>INDICADOR: Infraestructura</b>					
1	¿Considera que los ambientes de su lugar de trabajo son atractivos?	1	2	3	4
2	¿Consideras que su lugar de trabajo es seguro?	1	2	3	4
3	¿Considera usted que la apariencia de su local de trabajo transmite seguridad?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Perfil institucional</b>					
4	¿Las tareas que realizan sus compañeros de trabajo se corresponden con su perfil profesional?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Función institucional</b>					
5	¿Considera que sus compañeros de trabajo usan su puesto para crear vínculos con la comunidad?	1	2	3	4
6	¿Considera que es buena la atención la comunidad?	1	2	3	4
7	¿La información que le brindan en el trabajo es útil y le sirve para desarrollar tus trabajos de manera eficiente?	1	2	3	4
<b>DIMENSIÓN 2: IMAGEN CONCEPTUAL INSTITUCIONAL</b>					
<b>INDICADOR: Estructura institucional</b>					
8	¿Tu lugar de trabajo te hace sentir comprometido con el desarrollo de la institución?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Estrategias de difusión</b>					
9	¿Los mensajes difundidos definen conceptos relacionados a la institución?	1	2	3	4
10	¿Considera que en su institución la estrategia de difusión de mensajes es eficiente?	1	2	3	4

<b>INDICADOR: Actividades de difusión</b>					
11	En su lugar de trabajo ¿Utilizan medios de comunicación para la difusión de mensajes de manera eficiente?	1	2	3	4
12	¿Considera que la política institucional está basada en la ética?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Identificación institucional</b>					
13	¿Se siente comprometido con misión y visión institucional?	1	2	3	4
14	¿Se siente identificado con su institución?	1	2	3	4
<b>DIMENSIÓN 3: IMAGEN VALORATIVA INSTITUCIONAL</b>					
<b>INDICADOR: Impacto externo</b>					
15	¿Consideras que la atención a los usuarios por parte de los colaboradores de la institución se da con frecuencia en entornos virtuales?	1	2	3	4
16	¿Crees que la oficina de Imagen institucional constantemente ofrece servicios de calidad a los usuarios?	1	2	3	4
17	¿Consideras que la oficina de imagen comparte con frecuencia en sus redes sociales las actividades realizadas por la institución?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Atención a consultas</b>					
18	¿Considera que los trabajadores de su institución atienden las consultas de la comunidad de manera eficiente?	1	2	3	4
19	¿El tiempo destinado a atender las consultas es el necesario para satisfacer las necesidades de la comunidad?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Asesoramiento a usuarios</b>					
20	¿Considera que su institución brinda atención a la comunidad en relación a sus necesidades?	1	2	3	4
21	¿Cree que se asesora a la comunidad poniendo en práctica los valores de la institución?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Solución de reclamos</b>					
22	¿Considera que los trabajadores se muestran con iniciativa al atender a la comunidad?	1	2	3	4
23	¿En su institución los reclamos de la comunidad son atendidos de manera rápida?	1	2	3	4
<b>INDICADOR: Calidad</b>					
24	¿En su institución se consideran los reclamos o críticas de los usuarios para mejorar?	1	2	3	4
25	¿Considera que la atención a la comunidad es de alta calidad?	1	2	3	4
26	¿Consideras que la institución evalúa constantemente que se brinden servicios de calidad a los usuarios?	1	2	3	4

## ANEXO 4

Escala de confiabilidad – Alfa de Cronbach – Índice de consistencia interna.

### Cuestionario de Comunicación interna de los trabajadores

#### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	53,8000	58,168	,270	,953
VAR00002	53,6500	55,397	,843	,945
VAR00003	53,9500	55,734	,436	,953
VAR00004	53,6500	55,397	,843	,945
VAR00005	53,7000	52,221	,881	,944
VAR00006	53,6500	56,661	,646	,947
VAR00007	53,9000	52,832	,598	,952
VAR00008	54,1500	53,608	,488	,955
VAR00009	54,6500	58,345	,589	,948
VAR00010	54,6000	58,253	,851	,947
VAR00011	54,6000	56,358	,794	,946
VAR00012	54,6000	56,358	,794	,946
VAR00013	54,7000	57,063	,725	,947
VAR00014	54,6000	58,253	,851	,947
VAR00015	54,6000	58,253	,851	,947
VAR00016	54,6500	58,871	,475	,949
VAR00017	54,6000	58,253	,851	,947
VAR00018	54,6000	56,568	,757	,946
VAR00019	54,6000	58,253	,851	,947
VAR00020	54,6500	56,871	,914	,946
VAR00021	54,6500	56,871	,914	,946
VAR00022	54,6500	56,871	,914	,946
VAR00023	54,6000	58,253	,851	,947
VAR00024	54,6500	56,871	,914	,946
VAR00025	54,6500	56,871	,914	,946
VAR00026	54,6500	56,871	,914	,946

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,949	26

## Cuestionario Imagen institucional de los trabajadores

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	53,6500	58,450	,261	,962
VAR00002	53,5000	55,632	,836	,955
VAR00003	53,8000	56,484	,385	,963
VAR00004	53,5000	55,632	,836	,955
VAR00005	53,5500	52,471	,874	,954
VAR00006	53,5000	56,895	,640	,956
VAR00007	53,7500	52,829	,614	,961
VAR00008	54,5000	57,105	,905	,955
VAR00009	54,5000	58,474	,604	,957
VAR00010	54,4500	58,471	,845	,956
VAR00011	54,4500	56,576	,789	,955
VAR00012	54,4500	56,576	,789	,955
VAR00013	54,5500	57,208	,734	,956
VAR00014	54,4500	58,471	,845	,956
VAR00015	54,4500	58,471	,845	,956
VAR00016	54,4500	58,471	,845	,956
VAR00017	54,4000	57,726	,726	,956
VAR00018	54,4500	56,892	,734	,956
VAR00019	54,4000	57,726	,726	,956
VAR00020	54,5000	57,105	,905	,955
VAR00021	54,4500	56,366	,826	,955
VAR00022	54,5000	57,105	,905	,955
VAR00023	54,4500	58,471	,845	,956
VAR00024	54,4500	56,366	,826	,955
VAR00025	54,4500	56,366	,826	,955
VAR00026	54,4500	56,366	,826	,955

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,958	26

## VALIDACIÓN DE CONSTRUCTO

### Cuestionario de Comunicación interna de los trabajadores

		Comunicación intrapersonal	Comunicación interpersonal	Comunicación institucional	Comunicación interna
Comunicación intrapersonal	Correlación de Pearson	1	,875**	,847**	,961**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000
	N	20	20	20	20
Comunicación interpersonal	Correlación de Pearson	,875**	1	,917**	,960**
	Sig. (bilateral)	,000		,000	,000
	N	20	20	20	20
Comunicación institucional	Correlación de Pearson	,847**	,917**	1	,952**
	Sig. (bilateral)	,000	,000		,000
	N	20	20	20	20
Comunicación interna	Correlación de Pearson	,961**	,960**	,952**	1
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	
	N	20	20	20	20

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

### Cuestionario Imagen institucional de los trabajadores

		Imagen física institucional	Imagen conceptual institucional	Imagen valorativa institucional	Imagen institucional
Imagen física institucional	Correlación de Pearson	1	,878**	,758**	,938**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000
	N	20	20	20	20
Imagen conceptual institucional	Correlación de Pearson	,878**	1	,863**	,960**
	Sig. (bilateral)	,000		,000	,000
	N	20	20	20	20
Imagen valorativa institucional	Correlación de Pearson	,758**	,863**	1	,928**
	Sig. (bilateral)	,000	,000		,000
	N	20	20	20	20
Imagen institucional	Correlación de Pearson	,938**	,960**	,928**	1
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	
	N	20	20	20	20

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

## VALIDACIÓN DE CRITERIO

		COMUNICACIÓN INTERNA																												VALIDACIÓN DE CRITERIO			
		COMUNICACIÓN INTERPERSONAL								COMUNICACIÓN INTERPERSONAL										COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL													
		Diálogo con el alumno		Reflexión de ideas		Reflexión de emociones		Reflexión de acciones		Verbal ascendente		Verbal descendente		Horizontal				Transversal				Relevancia de calidad			Imagen pública		Comprensión emocional		Claridad estratégica				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28				
ITEMS																																	
1	2	1	1	1	1	2	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1	1	1	1	1	1	1	1	9	28	1	0.34	
2	3	3	3	3	1	2	1	1	17	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	15	1	2	1	1	1	2	1	1	11	43	2	0.38	
3	3	3	3	3	3	3	3	1	22	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	2	2	2	2	2	18	58	3	0.61	
4	3	3	3	3	3	3	3	1	22	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	2	2	2	2	2	18	58	4	0.38	
5	3	3	3	3	3	2	3	3	23	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	17	2	2	2	2	2	2	2	2	18	58	5	0.80	
6	3	3	3	3	3	3	3	1	22	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	2	2	2	2	2	18	58	6	0.88	
7	3	3	3	3	3	3	3	3	24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	2	2	2	2	2	18	60	7	0.87	
8	3	3	3	3	3	3	3	3	24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	2	2	2	2	2	18	60	8	0.68	
9	1	3	1	3	3	3	3	1	18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	2	2	2	2	2	18	54	9	0.61	
10	3	3	1	3	3	3	1	3	20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	2	2	2	2	2	18	56	10	0.38	
11	3	3	3	3	3	3	3	3	24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	2	2	2	2	2	18	60	11	0.31	
12	3	3	3	3	3	3	3	3	24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	2	2	2	2	2	18	60	12	0.31	
13	3	3	2	3	3	3	3	3	23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	3	2	2	2	2	2	2	2	19	60	13	0.76	
14	3	3	3	3	3	4	3	3	25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	2	2	2	2	2	18	61	14	0.38	
15	1	3	3	3	3	3	3	3	22	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	17	2	2	2	2	2	2	2	2	18	57	15	0.38	
16	3	3	3	3	3	3	1	3	22	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	2	2	2	2	2	18	58	16	0.60	
17	3	3	3	3	3	3	3	3	24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	2	2	2	2	2	18	60	17	0.38	
18	3	3	3	3	4	3	3	3	25	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	19	2	2	2	2	2	2	2	2	18	62	18	0.78	
19	3	3	3	3	3	3	4	3	25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	2	2	2	2	2	18	61	19	0.38	
20	3	3	2	3	3	3	3	3	23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	2	2	2	2	2	18	59	20	0.82	
21																														21	0.82		
22																														22	0.82		
23																														23	0.38		
24																														24	0.82		
25																														25	0.82		
26																														26	0.82		



## ANEXO 5

Constancia de validación del instrumento de investigación por el “Juicio de expertos”.

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Víctor Francisco Cruz Cisneros, identificado con Documento Nacional de Identidad N° 00244802, Doctor en Educación, de profesión docente a tiempo parcial en la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, labor que ejerzo actualmente como Asesor de tesis de programas de posgrado.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento denominado “Cuestionario de comunicación interna” dirigido a trabajadores de la municipalidad del distrito de Zarumilla el fin es medir el nivel cuyo propósito es medir la relación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2021.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa		
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA	NAP
Calidad de redacción de los ítems	✓					
Amplitud del contenido a evaluar	✓					
Congruencia con los indicadores	✓					
Coherencia con las dimensiones	✓					

#### Apreciación total:

MA= Muy adecuado ( ✓ ) BA= Bastante adecuado ( = ) A= Adecuado ( )

PA= Poco adecuado ( < ) NA= Nada adecuado ( ) NAP= No aporta ( )

Tumbes, a los 31 del mes de octubre del 2021

Apellidos y nombres: Víctor Francisco Cruz Cisneros DNI: 00244802 Firma:



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Víctor Francisco Cruz Cisneros, identificado con Documento Nacional de Identidad N° 00244802, Doctor en Educación, de profesión docente a tiempo parcial en la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, labor que ejerzo actualmente como Asesor de tesis de programas de posgrado.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el Instrumento denominado "Cuestionario de imagen institucional" dirigido a trabajadores de la municipalidad del distrito de Zarumilla el fin es medir el nivel cuyo propósito es medir la relación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2021.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.



Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa		
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA	NAP
✓ Calidad de redacción de los ítems	✓					
Amplitud del contenido a evaluar	✓					
Congruencia con los indicadores	✓					
Coherencia con las dimensiones	✓					

Apreciación total:

MA= Muy adecuado ( ) BA= Bastante adecuado ( ) A= Adecuado ( )

PA= Poco adecuado ( ) NA= Nada adecuado ( ) NAP= No aporta ( )

Tumbes, a los 31 del mes de octubre del 2021

Apellidos y nombres: Víctor Francisco Cruz Cisneros DNI: 00244802 Firma:

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Samuel David Ancajima Mena, identificado con Documento Nacional de Identidad N°40721106, de profesión docente, y con el grado académico de Doctor en Educación, labor que ejerzo actualmente como docente en la Universidad Nacional de Tumbes.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento denominado "Cuestionario de imagen institucional de la comunidad" dirigido a trabajadores de la municipalidad del distrito de Zarumilla, con el fin de medir la relación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2021.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa		
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA	NAP
Calidad de redacción de los ítems	✓					
Amplitud del contenido a evaluar	✓					
Congruencia con los indicadores	✓					
Coherencia con las dimensiones	✓					

### Apreciación total:

MA= Muy adecuado (✓) BA= Bastante adecuado ( ) A= Adecuado ( )

PA= Poco adecuado ( ) NA= Nada adecuado ( ) NAP= No aporta ( )

Tumbes, a los 31 del mes de mayo de 2022

Apellidos y nombres: Samuel David Ancajima Mena DNI: 40721106 Firma:



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Samuel David Ancajima Mena, identificado con Documento Nacional de Identidad N°40721106, de profesión docente, y con el grado académico de Doctor en Educación, labor que ejerzo actualmente como docente en la Universidad Nacional de Tumbes.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento denominado "Cuestionario de comunicación interna" dirigido a trabajadores de la municipalidad del distrito de Zarumilla, con el fin de medir la relación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2021.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.



Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa		
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA	NAP
Calidad de redacción de los ítems	✓					
Amplitud del contenido a evaluar	✓					
Congruencia con los indicadores	✓					
Coherencia con las dimensiones	✓					

#### Apreciación total:

MA= Muy adecuado (✓) BA= Bastante adecuado ( ) A= Adecuado ( )

PA= Poco adecuado ( ) NA= Nada adecuado ( ) NAP= No aporta ( )

Tumbes, a los 31 del mes de mayo de 2022

Apellidos y nombres: Samuel David Ancajima Mena DNI: 40721106 Firma:

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Eddy Rosario Salinas La Torre, identificado con Documento Nacional de Identidad N°06698660, de profesión Lic. en Matemática y Computación y Dra. En Educación con el grado académico de Doctora, labor que ejerzo actualmente como Docente en el nivel de Educación Secundaria desempeñando cargo directivo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento denominado "Cuestionario de imagen institucional" dirigido a trabajadores de la municipalidad del distrito de Zarumilla el fin es medir el nivel cuyo propósito es medir la relación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2021.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa		
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA	NAP
Calidad de redacción de los ítems	✓					
Amplitud del contenido a evaluar	✓					
Congruencia con los indicadores	✓					
Coherencia con las dimensiones	✓					

#### Apreciación total:

MA= Muy adecuado (✓) BA= Bastante adecuado ( ) A= Adecuado ( )

PA= Poco adecuado ( ) NA= Nada adecuado ( ) NAP= No aporta ( )

Tumbes, a los 31 del mes de octubre del 2021

Apellidos y nombres: Salinas La Torre DNI: 44748558

Firma:



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Eddy Rosario Salinas La Torre, identificado con Documento Nacional de Identidad N°06698660, de profesión Lic. en Matemática y Computación y Dra. En Educación con el grado académico de Doctora, labor que ejerzo actualmente como Docente en el nivel de Educación Secundaria desempeñando cargo directivo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento denominado "Cuestionario de comunicación interna" dirigido a trabajadores de la municipalidad del distrito de Zarumilla el fin es medir el nivel cuyo propósito es medir la relación entre comunicación interna y percepción de la imagen institucional de la municipalidad Provincial de Zarumilla, Tumbes 2021.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa		
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA	NAP
Calidad de redacción de los ítems	✓					
Amplitud del contenido a evaluar	✓					
Congruencia con los indicadores	✓					
Coherencia con las dimensiones	✓					

#### Apreciación total:

MA= Muy adecuado (  ) BA= Bastante adecuado (  ) A= Adecuado (  )

PA= Poco adecuado (  ) NA= Nada adecuado (  ) NAP= No aporta (  )

Tumbes, a los 31 del mes de octubre del 2021

Apellidos y nombres: Salinas La Torre DNI: 44748558

Firma:



### Cuestionario de Comunicación Interna

Se te invita a responder este cuestionario virtual diseñado para medir el nivel de Comunicación Interna en tu institución, el cual demorará entre 10 a 15 minutos aproximadamente. Después de registrar los datos generales, marca una sola opción de la escala propuesta en cada ítem. La información que se recoja será confidencial. De antemano se agradece tu colaboración y permisos resaltando la importancia de tu valiosa participación.

**DNI** +  
 Texto de respuesta corta  
 .....

**Centro laboral** +  
 Texto de respuesta corta  
 .....

**Consentimiento Informado** +  
**¿Está de acuerdo en participar?**  
 Si estoy de acuerdo  
 No estoy de acuerdo

**Sexo** +  
 Femenino  
 Masculino

**Edad** +  
 Texto de respuesta corta  
 .....

**1. ¿Se pregunta con frecuencia al mismo si está preparado para realizar su trabajo?** +  
 1 - Nunca  
 2 - A veces  
 3 - Casi siempre  
 4 - Siempre

**2. ¿Ústed dialoga permanentemente consigo mismo sobre las críticas, al mismo tiempo las aprovecha para crecer profesionalmente?** +  
 1 - Nunca  
 2 - A veces  
 3 - Casi siempre  
 4 - Siempre

### Cuestionario de Imagen Institucional

Se te invita a responder este cuestionario virtual diseñado para medir la percepción de la Imagen Institucional en tu institución, el cual demorará entre 10 a 15 minutos aproximadamente. Después de registrar los datos generales, marca una sola opción de la escala propuesta en cada ítem. La información que se recoja será confidencial. De antemano se agradece tu colaboración y permisos resaltando la importancia de tu valiosa participación.

**DNI** +  
 Texto de respuesta corta  
 .....

**Centro laboral** +  
 Texto de respuesta corta  
 .....

**Consentimiento Informado** +  
**¿Está de acuerdo en participar?**  
 Si estoy de acuerdo  
 No estoy de acuerdo

**Sexo** +  
 Femenino  
 Masculino

**Edad** +  
 Texto de respuesta corta  
 .....

**1. ¿Consideras que la infraestructura de la institución proyecta permanentemente una imagen atractiva?** +  
 1 - Nunca  
 2 - A veces  
 3 - Casi siempre  
 4 - Siempre

**2. ¿Consideras que la infraestructura permite brindar servicios promoviendo seguridad?** +  
 1 - Nunca  
 2 - A veces  
 3 - Casi siempre  
 4 - Siempre

## ANEXO 7

### Aplicación del cuestionario a trabajadores



**Cuestionario de Comunicación Interna**

Se ha registrado tu respuesta.

[Ver las respuestas](#)

[Enviar otra respuesta](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios



**Cuestionario de Imagen Institucional**

Se ha registrado tu respuesta.

[Ver las respuestas](#)

[Enviar otra respuesta](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios





## ANEXO 9

### Solicitud de autorización para aplicación de instrumentos

“Año del Fortalecimiento de la soberanía Nacional”

Tumbes, 11 de abril del 2022

#### SOLICITO: PERMISO PARA APLICAR ENCUESTA

SR. Cristhian Palacios Palacios.

ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE ZARUMILLA-TUMBES

Antony Martín Guerrero Farfán, identificado con N° DNI 71984211, alumno de la Universidad Nacional de Tumbes, de la Facultad de Ciencias Sociales, Escuela de Comunicación, expongo lo siguiente:

Que estoy elaborando mi tesis titulada “Comunicación Interna e Imagen Institucional en la Municipalidad Provincial de Zarumilla”, como requisito para poder titularme, para lo cual debo aplicar un cuestionario de Comunicación Interna y un cuestionario de Imagen Institucional y a la vez solicitarle el total de sus trabajadores.

Motivo por el cual solicito autorización para proceder a la aplicación de dicho instrumento de investigación a sus trabajadores de la institución que tan dignamente dirige.

En tal sentido agradezco de antemano a lo solicitado por el apoyo brindado para el desarrollo de la presente investigación.

Atentamente,



  
Antony M. Guerrero Farfán  
Alumno. De la FCS-CC-UNT  
DNI 71984211  
TLF. 974246381