



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**LOS CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA
MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE BARRANCA – LIMA 2022**

**PRESENTADA POR
CYNTHIA PILAR RUIZ ALCANTARA**

**ASESOR
JORGE LUIS RUIZ CRUZ**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

LIMA – PERÚ

2022



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**LOS CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA MOTIVACIÓN
LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD
PROVINCIAL DE BARRANCA – LIMA 2022**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

PRESENTADO POR:

BACH. CYNTHIA PILAR RUIZ ALCANTARA

ASESOR:

DR. JORGE LUIS RUIZ CRUZ

LIMA, PERÚ

2022

DEDICATORIA

A María Alcántara, mi madre, quien ha sido un ejemplo para mí, por su apoyo incondicional desde siempre, y su gran ayuda para culminar mis estudios universitarios. Cada uno de mis logros lleva y llevará su nombre.

Cynthia

AGRADECIMIENTO

Al Sr. Ricardo Zender Sánchez, Alcalde de la Municipalidad de Barranca, por su interés en apoyarme y brindarme su autorización para la aplicación del instrumento de investigación en dicha institución.

A los trabajadores de la Municipalidad de Barranca por ser parte de la investigación y responder a las encuestas.

Al Dr. Jorge Luis Ruiz Cruz, por su apoyo, motivación y asesorías de calidad para la realización de mi proyecto de tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	vii
ÍNDICE DE ANEXOS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO	17
1.1. Marco Contextual	17
1.2. Antecedentes de la investigación	17
1.2.1. Antecedentes internacionales	17
1.2.2. Antecedentes nacionales	21
1.3. Bases teóricas.....	24
1.3.1. Teoría de la Acción Comunicativa de Jürgen Habermas	24
1.3.2. Canales de comunicación interna	24
1.3.2.1. Canales tradicionales.....	26
1.3.2.2. Canales tecnológicos	27
1.3.3. Motivación laboral	28
1.3.3.1. Necesidad de afiliación	30
1.3.3.2. Necesidad de logro	31
1.4. Definición de términos básicos.....	31
CAPÍTULO II HIPÓTESIS Y VARIABLES	34
2.1. Formulación de la hipótesis.....	34
2.1.1. Hipótesis general	34
2.1.2. Hipótesis específicas	34
2.2. Variables y definición operacional.....	35
CAPÍTULO III METODOLOGÍA	37
3.1. Diseño metodológico.....	37
3.1.1. Enfoque de la investigación	37
3.1.2. Tipo de investigación.....	37
3.1.3. Alcance o nivel de investigación	38
3.1.4. Diseño de investigación	38

3.1.5. Método de investigación.....	39
3.2. Diseño muestral	39
3.2.1. Población	39
3.2.2. Muestra	40
3.3. Instrumentos y técnicas de recolección de datos	40
3.3.1. Técnica.....	40
3.3.2. Instrumento	41
3.3.3. Validez de instrumento de medición	41
3.3.4. Cuadro de validación.....	43
3.3.5. Confiabilidad de instrumento de medición.....	44
3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	47
3.5. Aspectos éticos	48
CAPÍTULO IV RESULTADOS	50
4.1. Descripción de resultados	50
4.2. Prueba de hipótesis.....	70
4.2.1. Explicación del Estadístico Chi Cuadrado.....	70
4.2.2. Hipótesis general	70
4.2.3. Hipótesis específica 1	71
4.2.4. Hipótesis específica 2	72
CAPÍTULO V DISCUSIÓN.....	74
CONCLUSIONES.....	78
RECOMENDACIONES	79
FUENTES DE INFORMACIÓN	81
ANEXOS	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro de validadores del cuestionario a trabajadores de la Municipalidad de Barranca.....	43
Tabla 2 Cuadro de validadores del cuestionario a autoridades y funcionarios de la Municipalidad de Barranca.....	44
Tabla 3 Resultados generales obtenidos de la aplicación del cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de dicha entidad municipal	50
Tabla 4 Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de dicha entidad municipal	54
Tabla 5 Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca para determinar el efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de dicha entidad municipal	57
Tabla 6 Resultados generales obtenidos de la aplicación del cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de dicha entidad municipal	60
Tabla 7 Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de dicha entidad municipal	64
Tabla 8 Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca para determinar el efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de dicha entidad municipal	67
Tabla 9 Prueba de Chi Cuadrado de comunicación interna vs. motivación laboral .	70
Tabla 10 Prueba de Chi Cuadrado de los canales tradicionales vs. necesidad de afiliación	71
Tabla 11 Prueba de Chi Cuadrado de los canales tecnológicos vs. necesidad de logro	72

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Resultados generales obtenidos de la aplicación del cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de dicha entidad municipal	52
Gráfico 2 Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de dicha entidad municipal	55
Gráfico 3 Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca para determinar el efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de dicha entidad municipal	58
Gráfico 4 Resultados generales obtenidos de la aplicación del cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de dicha entidad municipal	62
Gráfico 5 Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de dicha entidad municipal	65
Gráfico 6 Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca para determinar el efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de dicha entidad municipal	68

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO I: MATRIZ DE CONSISTENCIA	89
ANEXO II: MATRIZ DE LA OPERACIONALIZACIÓN DEL INSTRUMENTO	90
ANEXO III: CUESTIONARIO APLICADO	94
ANEXO IV: BASE DE DATOS	102
ANEXO V: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO	108
ANEXO VI: AUTORIZACIÓN PARA APLICACIÓN DE INSTRUMENTO	118

RESUMEN

El objetivo principal de la investigación fue precisar el efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022; orientado a que el uso de los canales repercute en la motivación de los miembros de la institución.

La metodología abordada fue de enfoque cuantitativo de tipo aplicada, de nivel descriptivo-explicativo y de diseño no experimental con corte transversal, cuyo método fue de carácter inductivo. Asimismo, la población estuvo constituida por 398 personas entre trabajadores, autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca; mientras que la muestra fue conformada por 100 trabajadores y 51 autoridades y funcionarios tales como el alcalde, regidores, gerentes y subgerentes.

Los resultados determinaron que existe un efecto considerable de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca, pues se tiene un promedio de 79.65% de respuestas positivas del cuestionario aplicado a los trabajadores y un promedio de 88.82% para el cuestionario aplicado a las autoridades y funcionarios, lo cual denota que el uso de los canales internos de comunicación es indispensable para generar factores motivacionales, mejorar el desempeño y lograr objetivos a corto plazo.

Palabras clave: canales de comunicación interna, gestión de comunicación, motivación laboral, factores motivacionales, Municipalidad Provincial de Barranca.

ABSTRACT

The main objective of the research was to specify the effect of the internal communication channels in the labor motivation of the workers of the Municipality Provincial of Barranca – Lima 2022; oriented to that the use of the channels affects the motivation of the members of the institution.

The methodology approached was quantitative approach, applied type, descriptive-explanatory, non-experimental and cross-sectional whose method was inductive. Likewise, the population consisted of 398 people including workers, authorities and officials of the Municipality Provincial of Barranca; while the sample was made up of 100 workers and 51 authorities and officials such as the mayor, aldermen, managers and deputy managers.

The results determined that there is a considerable effect of the internal communication channels in the labor motivation of the workers of the Municipality Provincial of Barranca, since there is an average of 79.65% of positive responses to the questionnaire applied to the workers and an average of 88.82% for the questionnaire applied to the authorities and officials, which denotes that the use of the internal communication channels is essential to generate motivational factors, improve performance and achieve short term objectives.

Keywords: internal communication channels, communication management, labor motivation, motivational factors, Municipality Provincial of Barranca.

INTRODUCCIÓN

La comunicación interna ejerce una gran influencia en el desarrollo y progreso de las instituciones, pues el tener informados a todos los miembros de la organización permite el logro de los objetivos. Por ello, la elección de los canales por los que dichas informaciones serán trasladadas hacia los receptores, deben ser los adecuados para hacer llegar el mensaje de manera satisfactoria. Asimismo, la motivación laboral, es otro aspecto que impulsa el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Aquel colaborador que se sienta motivado, tendrá un buen desempeño al realizar sus tareas asignadas y fomentará el trabajo en equipo. En la actualidad, gran porcentaje de empresas consideran importante el dedicar tiempo y recursos necesarios a la gestión de la comunicación interna y la motivación, pues han detectado que son elementos claves para un correcto funcionamiento.

En la Municipalidad Provincial de Barranca, que tiene más de treinta años desde su creación política, se puede apreciar niveles moderados de estrés en el trabajo, pocas relaciones interpersonales, que, a su vez, generan un desempeño poco eficiente a corto plazo y con un nivel más lento en las distintas actividades, entre otros factores que se observan como causas de la desmotivación laboral. Asimismo, los colaboradores tienen asignadas diversas funciones que muchas veces requieren mayor tiempo para ser concretadas y/o necesitan información óptima que enriquezca su conocimiento; en ocasiones dichas informaciones se basan en varias líneas de texto que solo saturan y causan desmotivación al personal retrasando el cumplimiento de las actividades y a corto o largo plazo originar cansancio. Otra causa de la falta de motivación laboral se ve reflejado en el agotamiento del trabajo, que, a su vez, reduce las comunicaciones entre los colaboradores; pues el no poder relacionarse los desalienta a trabajar en equipo y con buen desempeño.

Sumado a ello, otro de los factores de desmotivación son las escasas actividades organizadas por los altos mandos para permitir relaciones e integraciones entre miembros del personal. Si bien es cierto, la pandemia del COVID-19 ha generado muchos cambios y entre ellos están las relaciones sociales que permiten el intercambio de mensajes y motivación de los individuos, pero actualmente existen otros canales que pueden funcionar para realizar dichas actividades a distancia, entre estos están los denominados canales tecnológicos. Sin embargo, dentro de la organización, no se aprecia el manejo de estas herramientas para motivar a sus colaboradores y realizar reuniones virtuales que los liberen del estrés ocasionado por el trabajo.

Se puede añadir también que, otra de las causas de la desmotivación en la institución es que muchas veces las comunicaciones que reciben los colaboradores no los satisfacen en su totalidad, lo que genera desmotivación para cumplir sus labores adecuadamente, pues no tienen la información y entendimiento completo para hacerlo. Si bien es cierto, se realizan capacitaciones y reuniones, pero a veces no se utilizan los canales adecuados haciendo que el mensaje no sea lo suficientemente claro para el personal, no se toma en cuenta si los constituyen colaboradores de distintas edades. Esto solo hace que el personal cumpla sus funciones por cumplir, sin motivación y sin resultados óptimos que generen la productividad de la institución. Entonces, se puede decir que, la institución tiene como problema principal la motivación laboral.

De continuar esta situación, la municipalidad se verá perjudicada en distintos puntos: los empleados no tendrán ese estímulo que los impulse a tener un desarrollo óptimo, y su rendimiento no será el adecuado produciendo problemas con sus demás compañeros y con la misma institución, así como la baja productividad y el

desempleo. A su vez, la afirmación de esta falta de motivación y los rumores, se propagarán por toda la organización y públicos externos a la misma, incluso medios de comunicación, provocando que muy pocos individuos quieran trabajar en un lugar donde la motivación no está entre sus principales objetivos y planes estratégicos, entonces la organización se verá perjudicada por falta de personal y de una imagen poco favorable.

Ante esta situación, una de las alternativas que se consideran como estratégicas para conservar la motivación a lo largo del tiempo, son los medios internos de comunicación que se aplican en la institución, a través de los cuales se vehiculizan las informaciones hacia los miembros de la organización; pues la base sobre la que se asienta toda organización, y siga manteniendo sus actividades, es la correcta gestión de la comunicación interna. Cuanto más enriquecedor sea el mensaje, mayor será la satisfacción del individuo, por ello su correcta selección, según su tipo de público interno, permitirá que los mensajes lleguen de forma satisfactoria. Asimismo, la integración, el compartir sus conocimientos hacia sus compañeros y el recibir retroalimentación, aumentará su desarrollo personal y profesional, atrayendo nuevos y óptimos talentos a incorporarse a la institución.

Se abordó el siguiente **problema general**:

¿Cuál es el efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022?

Asimismo, se plantearon los siguientes **problemas específicos**:

¿Cuál es el efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022?

¿Cuál es el efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022?

Se estableció como **objetivo general**:

Precisar el efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.

Se tuvieron como **objetivos específicos**:

Precisar el efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.

Determinar el efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.

Los canales de comunicación interna son **relevantes** en una organización porque a través de ellos se dirige toda información hacia sus públicos internos, por lo tanto, un adecuado uso y contenido son esenciales para que dicho mensaje llegue eficaz y satisfactoriamente. A su vez, la motivación que existe en los colaboradores, los impulsa a realizar mejor sus tareas asignadas; y muchas veces esta motivación se genera por la información que reciben por parte de su centro de trabajo. En este sentido, la investigación resulta relevante pues se beneficiarán tanto la municipalidad, así como sus trabajadores al describir el grado de efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral, para continuar fortaleciendo sus lazos a lo largo del tiempo.

La investigación resultó **viable** pues no exigió un costo excesivo de dinero. La información general de la institución e información relacionada con el tema a

investigar fue posible, debido al libre acceso a tesis, libros, revistas y artículos de internet. Además, se contó con el recurso humano necesario.

El estudio presentó **limitaciones** como: la pandemia del COVID-19 que no permitió el acceso a bibliotecas de manera presencial, así como también la dificultad en la disponibilidad inmediata de la muestra debido a sus actividades y responsabilidades laborales. Otras limitaciones fueron la existencia de algunos artículos con información considerable pero que son de índole privada. Sin embargo, estas limitaciones fueron superadas y no impidieron el desarrollo de la tesis, pues se organizaron los horarios para la resolución de las encuestas, y se optó por información de acceso libre en internet.

La investigación está dividida en los siguientes capítulos:

Capítulo I: Marco teórico, comprendido por información, teorías y conceptos fundamentales acerca de las variables y dimensiones que contiene la investigación.

Capítulo II: Hipótesis y variables, se exponen las hipótesis formuladas, así como también las definiciones de variables, dimensiones y sus respectivos indicadores.

Capítulo III: Metodología, se presenta el diseño metodológico utilizado en la investigación. También se encuentran los detalles de la muestra participante, los instrumentos aplicados con las técnicas que permitieron procesar los datos, y los aspectos considerados en base a la ética profesional.

Capítulo IV: Resultados, se detallan los resultados descriptivos y estadísticos obtenidos tras la aplicación de los instrumentos, así como también la prueba de las hipótesis mediante Chi Cuadrado.

Capítulo V: Discusión, se contrasta las hipótesis planteadas con otros antecedentes y teorías partiendo de los resultados descriptivos.

Finalmente se presentan las conclusiones de la investigación, y las recomendaciones que se les brinda a algunas autoridades de la entidad municipal.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Marco Contextual

La Municipalidad Provincial de Barranca es un organismo autónomo, que brinda y mejora servicios públicos para el beneficio de su comunidad. Es, además, el encargado de velar por el desarrollo y progreso social de la provincia.

En cuanto a la fundación de la Provincia de Barranca, se da el 05 de octubre de 1984, es decir, lleva más de treinta años desde su creación política.

El alcalde de Barranca, Ricardo Zender Sánchez, quien cuenta con varios años de experiencia en la política, plantea impulsar el desarrollo sostenible y la articulación de los vecinos en la provincia de Barranca basado en un modelo de gestión de desarrollo integral y estratégico.

1.2. Antecedentes de la investigación

1.2.1. Antecedentes internacionales

Según Villegas (2010) *Plan de comunicación interna para mejorar la motivación de la fuerza de ventas de la empresa Transbel S.A. de la ciudad de La Paz*. [Tesis de Licenciatura]. La Paz, Bolivia; el objetivo fue diseñar un plan de comunicación interna para la empresa Transbel S.A., la cual comercializa productos de belleza de venta directa mediante 15 gerentes zonales denominadas “consultoras de venta”, como vía para aumentar la motivación en sus trabajadores, en este caso consultoras, lo que permitirá mayor participación de mercado, incrementar los ingresos/utilidades y aumento en las posibilidades de mejorar las condiciones de vida de la fuerza de ventas (consultoras). Para ello, se empleó un enfoque cuantitativo con diseño no experimental de carácter transeccional descriptivo, puesto que la investigación se

realizó en un único momento de tiempo sin manipular las variables dadas. Esto dio como resultado una deficiencia en los canales internos de comunicación y estrategias de capacitación entre las gerentes zonales y las consultoras, perjudicando su desempeño y por tanto el rendimiento de la empresa. Sin embargo, la mayoría de consultoras se sentían satisfechas con el trato que recibían por parte de la empresa, aunque no plenamente, ya que también consideraban que lo que las motivaba a continuar trabajando con Translabel era recibir un mejor trato. Asimismo, la mayoría afirmó que las principales motivaciones para continuar trabajando en la empresa era generar ingresos económicos y la flexibilidad laboral que les permitían realizar otro tipo de actividades generando mayores ingresos.

Esta investigación aportó en el sentido que realizó un plan de comunicación interna para mejorar la motivación laboral de dicha empresa, es decir, también consideró que es un factor que contribuye a la motivación y rendimiento en el trabajo.

Según Rodríguez (2013) *Diseño de un plan de comunicación interna, para la integración y motivación del personal de ventas directas en la empresa Herbalife del Ecuador, 2013 – 2014*. [Tesis de Licenciatura]. Quito, Ecuador; dicha investigación tuvo como objetivo diseñar un plan de comunicación interna para integrar y motivar a los colaboradores de ventas directas en la empresa Herbalife del Ecuador a través de estrategias y mensajes emitidos por los canales estratégicos de comunicación interna. Se abordó un enfoque cuantitativo de nivel de investigación descriptivo utilizando las técnicas de observación, entrevistas y encuestas. El resultado obtenido fue que la empresa presentó deficiencias en cuanto al uso de canales para transmitir información y en la gestión de comunicación interna, tanto en ascendente como descendente, que deben ser mejorados; para ello, el diseño del plan que a largo plazo generará la solución del problema.

Este antecedente también consideró la elaboración de un plan de comunicación interna como factor para impulsar la motivación laboral de sus colaboradores e identificó puntos débiles del uso de los canales internos de comunicación que a medida en que se van fortaleciendo, van mejorando el funcionamiento de la empresa.

Según Díaz (2015) *Los canales de comunicación interna y su incidencia en el desempeño de los trabajadores de la CAPEIPI (Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha)*. [Tesis de Licenciatura]. Quito, Ecuador; la investigación buscó identificar si el manejo de los canales comunicativos en la empresa influía en el desempeño de los trabajadores, basándose en la teoría de Stephen Robbins para estudiar a la comunicación interna, y en la de Martha Alles, para la variable de desempeño. Se utilizó el enfoque cuantitativo, así como también el nivel descriptivo de correlación y el diseño no experimental. En cuanto a los resultados, indicaron que las vías de comunicación interna sí influían de forma directa en el desempeño laboral que está impulsado por las necesidades motivacionales; sin embargo, estos canales se encontraban descuidados, puesto que la mayoría afirmaba que los utilizaban ocasionalmente y nunca.

La investigación brindó detalles de que el uso de los canales de comunicación interna influye en el desempeño laboral, por lo tanto, el considerar la gestión comunicacional en la empresa resulta indispensable en su progreso, pues son los recursos humanos quienes mediante sus funciones lo llevan a cabo.

Según Ortega (2020). *Caso de estudio de la gestión de la comunicación interna del colegio privado ISM Academy Quito respecto a la motivación laboral y pertenencia*. [Tesis de Licenciatura]. Quito, Ecuador; el estudio buscó determinar la gestión de la

comunicación interna referente a la motivación laboral y la pertenencia de la institución educativa privada ISM Academy, para ello se abordó el diseño exploratorio de enfoque mixto, pues se utilizaron herramientas cuantitativas, como la encuesta, y herramientas cualitativas, como la entrevista. Los resultados revelaron que los factores de comunicación interna que influían en la motivación laboral eran la vocación por el trabajo, un buen ambiente de trabajo, palabras de aliento por parte de la jefatura, la retroalimentación, la comunicación constante de la filosofía corporativa a través de los canales, los mensajes de apoyo mediante correos electrónicos o WhatsApp, etc.

En este antecedente se comprobó nuevamente cómo la preocupación por una buena gestión de la comunicación dentro de la empresa genera un ambiente de trabajo positivo que motiva a sus integrantes en la búsqueda de un buen rendimiento que beneficia tanto a los trabajadores cómo la existencia de la misma empresa.

Según García y Conforme (2021) *Estudio de la comunicación interna y su relación con la motivación laboral desde una perspectiva generacional en una empresa de servicio logístico en la ciudad de Guayaquil: propuesta de un plan de comunicación interna para el fortalecimiento de la motivación del personal administrativo de la empresa*. [Tesis de Licenciatura]. Guayaquil, Ecuador; el objetivo principal fue precisar la influencia de la relación entre ambas variables en la empresa de servicio logístico cuya metodología fue de diseño no experimental de tipo descriptivo y de enfoque mixto, es decir, dicho enfoque fue cuantitativo y cualitativo puesto que se aplicaron los instrumentos: encuestas y entrevistas. En su resultado cuantitativo se dio a conocer que poco menos de la mitad de colaboradores consideraban que existía comunicación efectiva entre las áreas de la organización, mientras que en el resultado cualitativo se analizó que la comunicación en la empresa

se daba mayormente por canales informales, así como también un bajo porcentaje en la consideración de opiniones de los trabajadores.

La tesis aportó puntos clave como la importancia de la comunicación constante y de calidad entre las distintas áreas y equipos de trabajo, la retroalimentación e intercambio de ideas, la elección de correctos canales de comunicación, entre otros factores que potencian la motivación laboral.

1.2.2. Antecedentes nacionales

Según Palmer (2016) *Plan de comunicación interna para mejorar la motivación laboral en los colaboradores del colegio Pamer Chiclayo – 2016*. [Tesis de Maestría]. Chiclayo, Perú; el trabajo de investigación se orientó hacia la elaboración de un plan de comunicación interna que mejore la motivación laboral en dicha institución educativa, que repercute en el clima y desempeño laboral, relaciones interpersonales, resolución de conflictos, etc., para ello se abordó un enfoque cuantitativo con diseño no experimental, el cual dio como resultado que, existía una práctica limitada en el proceso y en la comunicación interna, además se carecía de políticas comunicacionales y talleres de socialización para los colaboradores de la institución investigada.

En esta tesis se evidenció que la comunicación interna aporta significativamente en la motivación laboral independientemente del sector al que pertenezca la institución, pues las buenas prácticas de comunicación siempre van a acumular puntos positivos.

Según Tacca y Tejada (2017) *Relación entre la comunicación interna y la motivación laboral de los trabajadores administrativos de la Municipalidad Distrital de Cerro Colorado, Arequipa, 2017*. [Tesis de Licenciatura]. Arequipa, Perú; el objetivo

general de la tesis fue determinar la relación entre dichas variables de estudio en la Municipalidad Distrital de Cerro Colorado, Arequipa en 2017. Para realizar esta investigación con enfoque cuantitativo se utilizó el diseño no experimental, así como también el nivel descriptivo de correlación. Los resultados fueron que la mayor parte de los trabajadores administrativos consideraban que recibían mensajes e informaciones comprensibles y suficientes por medios impresos, la accesibilidad para comunicarse con los altos cargos era limitada, entre compañeros lograban resolver problemas, señalaron inconvenientes en la comunicación interna dentro de su centro de trabajo, estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto al concepto de que existía relación positiva entre ambas variables en la entidad municipal, consideraron que algunos de los factores fundamentales que los motivaban eran: la realización personal, responsabilidad, trabajo desafiante y la carrera profesional.

En base a esta investigación de correlación, se expuso que existen casos en los que los trabajadores mantienen una idea neutral de que la comunicación interna tenga relación con la motivación laboral, sin embargo, existen otros casos en los que los resultados precisan una relación positiva. Asimismo, aportó que el recibir información suficiente, clara y constante suma en su motivación al desarrollar sus actividades.

Según Yomona (2018) *La comunicación interna y su relación con la motivación laboral de los colaboradores administrativos de Nexus Group Restaurants SAC, Lima 2017*. [Tesis de Maestría]. Lima, Perú; el trabajo de investigación buscó identificar la relación entre ambas variables en Nexus Group Restaurants SAC en 2017. Para cumplir los objetivos propuestos, se planteó un enfoque cuantitativo, así como el nivel descriptivo de correlación con corte transversal y de diseño no experimental, que dio

como resultado que existía relación positiva de magnitud moderada entre ambas variables de estudio.

En este antecedente se dio una relación positiva entre las variables que participaron en la investigación, y se pudo destacar en sus resultados que mientras más clara sea la información usando adecuados canales, mayor será el índice de motivación de sus colaboradores.

Según Canllahua y Yucra (2019) *La influencia de la comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la empresa Servicios Polux S.A.C. Arequipa 2019*. [Tesis de Licenciatura]. Arequipa, Perú; en el estudio se buscó determinar la influencia de la comunicación interna en la motivación laboral de los colaboradores de Servicios Polux S.A.C., en el que se abordó un enfoque cuantitativo, así como el diseño no experimental de nivel correlacional – causal de corte transversal. Los resultados indicaron que la comunicación dentro de la empresa presentaba una influencia considerable en la motivación laboral.

Otro caso en el que se estableció el grado de influencia de la comunicación interna en la motivación en el trabajo, y en el que aportó que fortalecer las prácticas de comunicación, mantener informados a los colaboradores, etc. benefician a todos sus integrantes.

Según Piedra (2020) *Comunicación organizacional y la motivación laboral en el docente de la facultad de ciencias de la comunicación de una universidad privada peruana*. [Tesis de Maestría]. Lima, Perú; la investigación buscó precisar la relación entre ambas variables, siendo un proyecto de tipo descriptivo de correlación y de diseño no transaccional, que concluyó en que existía una relación significativa entre

la comunicación organizacional y la motivación laboral en los docentes de dicha universidad privada.

La investigación aportó los datos de que mientras mayor sea la comunicación, información e intercambio de mensajes en la empresa a través de precisos canales comunicativos, mayor será también la motivación entre sus miembros para el desarrollo de sus tareas asignadas.

1.3. Bases teóricas

1.3.1. Teoría de la Acción Comunicativa de Jürgen Habermas

La acción comunicativa en términos de Habermas, está basada en el entendimiento, es decir, en la producción del consenso; de este modo, esa simbiosis de entendimiento y consenso le otorgan relevancia de acción social. (Aguado, 2004)

La acción comunicativa, según Garrido (2011), se explica para Habermas en la concepción del lenguaje y el entendimiento, por ello propone articularlos con el fin de desarrollar una teoría del significado, que consiste en cómo entender lo que busca transmitir una expresión lingüística.

1.3.2. Canales de comunicación interna

Toda organización debe interactuar constantemente con sus públicos internos generando conocimiento y brindando el derecho a la información de sus integrantes; a esta comunicación se le denomina: comunicación interna, que según Brandolini et al. (2009) es la comunicación que involucra a todos los integrantes de una empresa que busca la comprensión de los mensajes, coincidiendo con lo mencionado por Cusot y Falconí (2016) quienes también indican que unos de los ejes principales de la comunicación en la empresa es el de generar motivación para los recursos humanos. Por su parte, Cuenca y Verazzi (2018) mencionan que se trata de la gestión

de las organizaciones en emplear estrategias planificadas, diseñadas y ejecutadas que han sido desarrolladas por un experto hacia todos los miembros que conforman dicha organización. Así como el generar motivación, la comunicación interna busca cumplir diversos objetivos en beneficio de la organización, entre estos están los descritos por Cusot y Falconí (2016) como la mejora y construcción de un buen clima laboral, crear sentido de pertenencia entre los integrantes de una institución, fomentar las relaciones interpersonales y la cultura corporativa. Asimismo, todos estos objetivos son logrados gracias al trabajo en equipo y a la retroalimentación entre los participantes del proceso comunicativo, pues tal y como menciona Carabajo (2019) la efectividad de toda comunicación interna dependerá de los miembros que conforman la organización, por ello, es indispensable que se desarrollen las habilidades comunicativas entre los distintos niveles jerárquicos existentes en una empresa, incluso hace hincapié en que lo que diferencia a una organización de otra, son sus colaboradores, lo que nuevamente concluye en la importancia de motivarlos, pues de ellos dependerá los resultados eficientes de sus acciones y actividades. De igual forma, Charry (2018) coincide en que toda comunicación interna debe involucrar a todos los grupos de interés.

Los canales de comunicación interna cumplen un rol fundamental, pues son el medio por el cual se vehiculizan los mensajes dirigidos hacia los distintos niveles de la organización, por ello, es relevante la correcta elección y uso de cada canal para los diferentes tipos de público, para que estos a su vez, entiendan con éxito la intención de los mensajes y por ende, se sientan satisfechos con la información recibida. Según Charry (2018) estos canales incentivan la participación entre miembros de toda una organización, las cuales siguen los objetivos de la misma, de dar una información que brinde satisfacción hacia el público. Por su parte, Cusot y

Falconí (2016) señalan que el rol que cumplen los canales de comunicación interna es el desarrollo y armonía de la empresa. Las organizaciones deben preocuparse y brindar los recursos necesarios para que sus canales de comunicación interna estén bien estructurados, pues como menciona Reyes (2012), los rankings *Great Place to Work* o *Best Employer*, aplicado mundialmente, muestran que para que una empresa sea un buen lugar de trabajo, los colaboradores de la misma deben percibir que dentro de su centro de trabajo existan buenas prácticas y canales de comunicación.

Existen diversos canales para garantizar la participación de los públicos internos; Berceruelo (2014) menciona que es indispensable seleccionar canales adecuados para transmitir información; estos canales deben ajustarse a los tipos de mensajes y de destinatarios para que lleguen de manera efectiva a los receptores. Además, Brandolini et al. (2009), añaden que estos canales están divididos en tradicionales y tecnológicos o innovadores, siendo estos últimos referidos a lo digital, como intranet, correo electrónico, blogs, etc.; mientras que los primeros están basados folletos, newsletter, eventos, reuniones, actividades deportivas, capacitaciones, seminarios, etc.

1.3.2.1. Canales tradicionales

Los canales tradicionales, como su mismo nombre lo dicen, son aquellos canales que ha y continúan siendo muy utilizados para derivar la comunicación a los públicos de interés. Según Brandolini et al. (2009), se desarrollan a través del soporte gráfico o verbal para su respectiva emisión.

El soporte gráfico permite registrar las informaciones para su posterior distribución dentro de la organización. De Castro (2014) señala que este medio es efectivo para dejar constancia de las informaciones establecidas. Sumado a ello,

Brandolini et al. (2009) destacan que las comunicaciones escritas deben estar bien planificadas y organizadas, pues su adecuada elaboración y diseño permitirá un correcto entendimiento. Asimismo, Cuenca y Verazzi (2018) señalan que este tipo de canales permite que la información llegue a un número de mayor de personas y les da la posibilidad de leerlo en el momento y las veces que sean necesarias.

Con respecto a los canales tradicionales cuyo soporte es el verbal, cumplen también un rol esencial, pues tal y como mencionan Brandolini et al. (2009), este medio es más efectivo en contextos complejos como procesos de adquisiciones, crecimiento, fusiones, casos de crisis, etc., siendo la idea central que mientras mayor dificultad tengan las situaciones e informaciones, la cercanía entre emisores y receptores debe ser mayor. De Castro (2014) indica que la comunicación oral da la ventaja de añadir información en cualquier momento del proceso comunicativo, lo que sumado con el lenguaje gestual enriquece la comunicación; coincidiendo con Brandolini et al. (2009), quienes hacen hincapié en que gracias al contacto directo que genera este soporte de comunicación, se da una retroalimentación inmediata verbal y gestual.

1.3.2.2. Canales tecnológicos

Las empresas continúan evolucionando y han agregado entre sus canales de comunicación, a los medios digitales o también llamados 2.0. Según Cusot y Falconí (2016), la revolución digital es lo que más ha crecido en los últimos años y todos deben estar preparados para su pronta adaptación. Por ello la comunicación interna de las empresas debe prepararse para incluir entre sus canales de comunicación, a los canales digitales.

En este entorno virtual, todo lo que se desea transmitir, llega de manera rápida a los destinatarios superando barreras de tiempo y espacio. Los canales tecnológicos son una herramienta muy eficaz que está caracterizada por su instantaneidad, pues a través del entorno virtual, se puede recibir feedback o retroalimentación inmediata, mejorando la gestión de las comunicaciones dentro de las compañías. Según Brandolini et al. (2009), este tipo de canales se refieren a la comunicación que se da a través de Internet y que están alojadas en plataformas. También está caracterizado por su bidireccionalidad y feedback con sus públicos internos, que, a su vez, reducen la distancia entre los niveles jerárquicos de la organización.

Debido a la revolución digital, han cambiado los formatos en los que se encuentran almacenados distintos datos e informaciones referentes a las organizaciones. Además, las compañías deben aprovechar al máximo todos los beneficios que traen consigo los canales digitales. Según Aced (2011), las nuevas tecnologías permiten comunicarse en tiempo real, y su uso crea comunidades dentro de la organización, mejoran la productividad y aumentan la colaboración entre los trabajadores. Además, según Apolo et al. (2014) afirman que las herramientas disponibles en las plataformas digitales permiten que los individuos tengan un doble rol: ser protagonistas y público de todas las informaciones disponibles en la web. Entre los más usados, según Aced (2013) son el correo electrónico y el intranet.

1.3.3. Motivación laboral

Todos viven de motivos, pues es lo que impulsa a actuar para lograr un objetivo. La motivación consiste en una serie de factores que influyen en los individuos para dar lo mejor de sí en sus acciones. Se entiende que la motivación está relacionada con las necesidades de cada persona y es un factor subjetivo que influye en ellas para satisfacerlas, cumpliendo el logro de sus objetivos. Según López (2005)

y Robbins (2004) la motivación es una característica de la psicología humana que impulsan los comportamientos y esfuerzos de los individuos por conseguir sus objetivos, que posteriormente causan su satisfacción. Para Añez (2006) la motivación viene a ser un elemento interno existente en cada persona, la cual causa una influencia en sus acciones, dependiendo de las necesidades de cada una de ellas.

En el ámbito laboral, la motivación juega un papel muy importante dentro de la gestión de toda organización, pues fomentándola en sus colaboradores llega a generar mayor productividad y menor rotación de personal, ya que todo trabajador que se encuentre motivado desarrolla sus funciones eficientemente con fuerza de voluntad, aumentando el sentido de pertenencia hacia su centro de trabajo, además de permitirles identificar ciertos aspectos en su trabajo que puedan requerir refuerzo; esto generará el progreso y éxito de las organizaciones. Marin y Placencia (2017) señalan que es un estado que surge en el interior de los individuos, activando y direccionando sus pensamientos, y los impulsa a iniciar, mantener y dirigir su conducta hacia el logro de un objetivo. Por su parte, López (2005) menciona que en lo laboral, es importante identificar qué factores estimulan los comportamientos humanos, pues a través de la operación de estos aspectos y por supuesto, de la motivación, permitirá que los colaboradores realicen buenos trabajos y que la organización funcione adecuadamente, generando que todos sus integrantes se sientan satisfechos. Para Robbins (2004) la motivación tiene tres elementos fundamentales: la intensidad, referida al nivel de cuánto se esfuerza una persona; la dirección, hacia dónde se quiere llegar para que también beneficie a la organización; y la persistencia, acerca de cuánto es el periodo de tiempo en el que una persona mantiene dicho esfuerzo.

De Marchis et al. (2007) y Robbins (2004) refieren las tres necesidades de McClelland por las que los individuos se sienten motivados para alcanzar ciertos fines, estas son: la necesidad de afiliación, la necesidad de logro, y la necesidad de poder.

1.3.3.1. Necesidad de afiliación

La necesidad de afiliación consiste en el deseo de los individuos por generar y consolidar relaciones sociales; es decir, sienten la necesidad de formar parte de un grupo con el que puedan interactuar, compartir ideas, pensamientos y reconocimientos. Esta formación de relaciones crea un ambiente laboral agradable y amical que, por ende, motiva a los individuos en el desarrollo de sus tareas asignadas. Según Robbins (2004), la necesidad de afiliación es aquella que influye en los comportamientos de las personas por construir, mantener o restaurar relaciones amicales, afectivas y cercanas con los demás dentro de su entorno laboral.

Además, las personas con este tipo de necesidad, tienen miedo a la desaprobación de los demás y buscan sentirse aceptados dentro de estos grupos sociales. Reeve (2010) afirma que los individuos con necesidad de afiliación optan por la interacción y seguir las normas por miedo al rechazo interpersonal y las emociones negativas.

Los colaboradores necesitan establecer relaciones interpersonales para sentirse satisfechos, pues al relacionarse con los demás aumenta su autoestima y sienten mayor deseo de desempeñarse eficientemente en un entorno laboral integral, más aún si son jóvenes y nuevos en la organización, pues en estos se presenta mayormente la necesidad de afiliación. García et al. (2003) mencionan que en dichos públicos jóvenes influye considerablemente la autoestima y las relaciones sociales con sus compañeros de trabajo para lograr la satisfacción.

1.3.3.2. Necesidad de logro

Aquellas personas con necesidad de logro se sienten motivados por el deseo de conseguir ciertos objetivos que les resultan retos atractivos por cumplir. Esta motivación genera el impulso de sobresalir logrando metas, venciendo desafíos. Según Luna (2002), la motivación o necesidad de logro ha sido considerada como clave para alcanzar el éxito en las organizaciones, y que los individuos que poseen este tipo de necesidad son competitivos, centrados en el trabajo, capaces de plantearse y lograr objetivos difíciles de afrontar, que culminado obtienen la satisfacción.

Aquellos que presentan este tipo de necesidad buscan mejorar su desempeño laboral potenciando sus habilidades, capacidades y aspirando al éxito y crecimiento profesional. Según De Marchis et al. (2007) y Robbins (2004), las personas que poseen este tipo de necesidad se preocupan por mejorar su desenvolvimiento en sus tareas asignadas y no buscan influir en el comportamiento de sus demás compañeros. Asimismo, es importante que los altos cargos de las empresas brinden retroalimentación de las labores realizadas y reconocer el esfuerzo propio y de equipo por el cumplimiento de los objetivos para fomentar la motivación entre los trabajadores y aumentar la productividad laboral.

1.4. Definición de términos básicos

Colaborador: Los colaboradores o empleados, según Franklin y Krieger (2011) son aquellos individuos que integran una organización y constituyen el llamado capital humano, quienes, a través del cumplimiento de sus tareas, desarrollan el buen funcionamiento y alcance de los objetivos de la organización.

Desempeño laboral: Se entiende por desempeño laboral, según Ruiz et al. (2008), es la apreciación de los altos mandos en cómo un trabajador logra sus objetivos y hasta dónde es capaz de realizar una determinada labor.

Gestionar: Según Ortún (1999), gestionar es coordinar y motivar a los integrantes de una determinada organización para cumplir los objetivos de esta.

Necesidad: Una necesidad, según De Marchis et al. (2007) es la carencia de algo. Si dicha carencia existe, el individuo estará motivado para buscar la forma de satisfacerla y por ende, eliminarla.

Objetivos: Según Franklin y Krieger (2011) los objetivos son aquellos propósitos a cumplir que direccionan las acciones de la organización para interpretar en resultados su objeto.

Organización: Una organización, según Pinto (2012) es definido como una estructura bien determinada que se mantiene en constante cambio, cuya prioridad es la interrelación de todos sus elementos. Está integrada por diferentes áreas, las cuales fijan metas y objetivos.

Productividad laboral: Según Tamayo et al. (2014) la productividad laboral se refiere a la relación entre los insumos (tangibles e intangibles) con la cantidad y calidad de los utilizados en el proceso productivo establecido en un cierto periodo de tiempo.

Relación: Las relaciones, según Seisdedos (1985) se refieren al grado en que los colaboradores están comprometidos con sus labores y al grado en que la dirección los apoya y motiva a ayudarse entre sí.

Retroalimentación: Se entiende por retroalimentación, según Casares (2007), aquello que indica si el mensaje fue recibido y descodificado correctamente o no por el receptor. Además, favorece a la motivación pues demuestra a los colaboradores si se están desempeñando adecuadamente o no, y en qué podrían mejorar.

Satisfacción laboral: Según Marín y Placencia (2017) la satisfacción laboral es un estado emocional positivo de los individuos derivadas de sus percepciones subjetivas basadas en sus experiencias laborales, este está marcado por el balance final entre el rol que desea cumplir y el que logra desempeñar.

CAPÍTULO II

HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Formulación de la hipótesis

2.1.1. Hipótesis general

Existe efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.

2.1.2. Hipótesis específicas

Existe efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.

Existe efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.

2.2. Variables y definición operacional

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	DEFINICIÓN	INDICADORES	DEFINICIÓN
Canales de Comunicación Interna	“En cualquier organización hay dos tipos de canales. Los canales formales, que son las vías que funcionan dentro de una organización de acuerdo con criterios jerárquicos y organizativos predeterminados. Y los canales informales, que conforman una red paralela que vincula a los integrantes por afinidad o empatía” (Cuenca & Verazzi, 2018, p.93)	Canales tradicionales	“La característica principal de este tipo de canales es el soporte en que se desarrollan, que puede ser en papel (canales gráficos) o verbal (“cara a cara”)” (Brandolini et al., 2009, p. 87)	Considera el canal impreso en la transmisión de información	Que los colaboradores utilicen canales impresos (como revistas, folletos, manuales, etc.) para transmitir información.
				Considera el canal interpersonal para comunicarse	Que los colaboradores utilicen canales interpersonales (como reuniones o capacitaciones) para comunicarse entre sí.
		Canales tecnológicos	“Son canales eficaces, de autoservicio, con soluciones automatizadas y además son los preferidos por la mayoría de los clientes, que también han digitalizado sus hábitos y costumbres” (Pereiro, 2016, p. 21)	Comunica a través de canales tecnológicos	Envía mensajes utilizando como soporte los canales tecnológicos.
				Promueve el uso de los canales tecnológicos	Promueve a sus compañeros el uso o manejo de los canales tecnológicos.

Motivación Laboral	"Entendemos por motivación laboral que la energía interna que impulsa a los hombres a trabajar" (Vélaz, 1996, p. 26)	Necesidad de afiliación	"Refleja el deseo de pertenecer a grupos sociales, de interactuar socialmente con los demás." (Balbuena, 2020)	Opta por el trabajo en equipo	Busca trabajar en equipo para el desarrollo de las actividades.
		Necesidad de logro	"Tienden a ser atraídos por alcanzar metas que reflejen un duro trabajo o que necesiten de ciertas habilidades o aptitudes para lograrlo" (Balbuena, 2020)	Busca interactuar con sus compañeros de trabajo	Busca intercambiar o compartir ideas u opiniones con los compañeros de trabajo.
				Demuestra esfuerzo en el desarrollo de su trabajo	Demuestra interés y esfuerzo en su comportamiento mientras desarrolla sus labores.
				Busca cumplir a tiempo las tareas asignadas	Buscar presentar las tareas asignadas antes o en el plazo establecido para concluir las.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

3.1.1. Enfoque de la investigación

El trabajo de investigación fue de enfoque cuantitativo porque explicó la influencia que posee una variable sobre otra, con un análisis numérico o estadístico para fines explicativos del fenómeno en cuestión. Para Supo (2015) los estudios cuantitativos se basan en la estadística para comprobar las hipótesis.

El enfoque cuantitativo fue elegido gracias a su precisión estadística que conllevó a la medición y descripción del grado de influencia de la variable independiente (canales de comunicación interna) sobre la dependiente (motivación laboral).

3.1.2. Tipo de investigación

Aplicada: La investigación fue de tipo aplicada, pues se contrastaron las informaciones obtenidas de las variables de estudio con la práctica utilizando conocimientos científicos ya existentes, tales como: teorías, principios y paradigmas para la solución al problema, es decir, buscando las mejores alternativas para potenciar la motivación laboral en la Municipalidad Provincial de Barranca, Lima. Para Vara (2012) la investigación aplicada identifica el problema y busca posibles soluciones, aquellas que más se adecúen para cada tipo de contexto.

Este tipo de investigación se seleccionó porque se buscó describir y solucionar el problema de la realidad en base al estudio y uso de información ya existente en libros, tesis y revistas digitales.

3.1.3. Alcance o nivel de investigación

a. Descriptivo: Fue de alcance descriptivo, puesto que se describieron los aspectos más relevantes a través de la realidad observable de las variables de estudio, estableciendo el grado de influencia de una variable sobre otra. Según Vara (2012) el nivel descriptivo consiste en especificar las propiedades relevantes de grupos, empresas, etc. realizando un análisis cuantitativo por medio de la estadística.

Se seleccionó el nivel descriptivo con la intención de especificar las características más importantes de la influencia de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la municipalidad en estudio.

b. Explicativo: Fue de nivel explicativo, debido a que se contrastó la hipótesis causal, pues como menciona Vara (2012), este nivel se basa en explicar el qué y por qué de las causas de un fenómeno.

El nivel explicativo fue elegido con el propósito de exponer y detallar el grado de influencia de las variables que participaron en la investigación.

3.1.4. Diseño de investigación

a. No experimental: Fue de diseño no experimental, pues no se manipularon las variables en cuestión, facilitando la observación y el análisis. Como menciona Hernández et al. (2014), este diseño consiste en aquella investigación en la que no se manipulan deliberadamente las variables, sino solo se observan los fenómenos tal como se presentan en la realidad para luego ser analizados.

Se eligió este diseño debido a que al no manipular las variables, se pudo describir resultados más cercanos a la realidad y cómo se presentaron los hechos naturalmente en la Municipalidad de Barranca y cómo influyeron los canales de comunicación interna en la motivación laboral de sus integrantes.

b. Transversal: Fue de corte transversal debido a que la tarea de recolección de datos se produjo en un solo momento, es decir, se hizo un corte en el tiempo para realizar todo el trabajo de campo en ese periodo pactado. Gómez (2009) menciona que su objetivo es describir y analizar la incidencia o interrelación de las variables en un único momento de tiempo.

Se seleccionó el corte transversal porque la investigación buscó estudiar y obtener los resultados en un periodo del 2022 y realizar un buen análisis descriptivo.

3.1.5. Método de investigación

Inductivo: El método fue de carácter inductivo, pues de un fenómeno particular se obtuvo la verdad general. Según Baena (2014) el método de la inducción parte de la observación de casos particulares hacia lo general, para todos los casos de la misma clase.

El método inductivo fue escogido porque se partió de la observación y que mediante la recolección de datos, se pudo obtener conclusiones generales del fenómeno en cuestión.

3.2. Diseño muestral

3.2.1. Población

La población la constituyeron 398 personas, entre trabajadores, autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca.

Se optó por esta población puesto que al ser limitada permitió la segmentación de un grupo en específico para la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

3.2.2. Muestra

La muestra estuvo conformada por 100 trabajadores y 51 autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca, quienes correspondieron al grupo a encuestar.

La muestra perteneció a la cuarta parte de la población pues al ser pequeña facilitó la resolución de las encuestas en un rango de tiempo menor para su posterior análisis de resultados.

La técnica de muestreo fue el no probabilístico, juicio o criterio del investigador debido a que el tamaño de la muestra fue pequeña, pues se seleccionó a un grupo de trabajadores, autoridades y funcionarios de la municipalidad. Vara (2012) señala que este muestreo también es llamado muestreo intencional, y se caracteriza por ser realizados a juicios del investigador. Para Otzen y Manterola (2017), se emplea cuando la población del estudio es variable y por ende, pequeña.

3.3. Instrumentos y técnicas de recolección de datos

3.3.1. Técnica

Encuesta: La técnica utilizada fue la encuesta, la cual consistió en un conjunto de preguntas específicas sobre los objetivos que fueron planteados al inicio de la investigación. Según Supo (2015) la encuesta se trata de una técnica cuantitativa aplicada a la unidad de estudio.

La encuesta fue elegida por la posibilidad que brinda de cuantificar la información recolectada para posteriormente realizar el contraste con las hipótesis planteadas, obtener resultados y mantener el anonimato de la muestra participativa.

3.3.2. Instrumento

Cuestionario: El instrumento aplicado durante el trabajo de campo fue el cuestionario de preguntas, el cual tuvo como objetivo adquirir información precisa de acuerdo a la investigación. De acuerdo con Dussaillant (2006) para realizar una encuesta se debe decidir qué preguntas hacer y cómo formularlas, esto es, el cuestionario el cual debe ser elaborado con el fin de cumplir los objetivos de la investigación.

Se optó por el cuestionario de preguntas cerradas puesto que al tener alternativas limitadas la persona encuestada solo seleccionó la opción más cercana a su realidad, permitiendo la obtención de datos cuantitativos y facilitando su análisis estadístico.

3.3.3. Validez de instrumento de medición

Se comprobó la validez de dicho instrumento por medio de la evaluación de expertos en el área de Comunicaciones y Relaciones Públicas, cuyos datos se procesaron por medio de la fórmula del Coeficiente de validez de Aiken, considerando aspectos como:

5 = Siempre

4 = Casi siempre

3 = A veces

2 = Casi nunca

1 = Nunca

V = Coeficiente de validez de Aiken

p = Significación estadística

Escurra (1988) refiere sobre el Coeficiente de validez de Aiken (V):

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

En la que:

S = La suma total de sí

sí = Valor consignado por el juez i

n = Número de jueces

c = Número de los valores de la escala de medición

La realización consistió en 5 fases:

1. Se seleccionó un grupo de 5 jueces que poseen conocimiento en el campo tratado en la investigación.
2. Se desarrolló una carta de invitación al juez para que participe en el proyecto, adjuntando un ejemplar del instrumento e indicando lo que debe ser evaluado.
3. Se otorgó a cada juez el material a ser evaluado y se recogieron los resultados posteriores a una semana de la entrega del instrumento.
4. Con la información obtenida, se realizó un cuadro en el que se le asignó el valor de 2 si el juez estaba de acuerdo con el ítem en cuestión, y el valor de 1 si no lo estaba.
5. Solo se aceptaron y consideraron válidos aquellos ítems superiores al valor de 0.80.

3.3.4. Cuadro de validación

Tabla 1

Cuadro de validadores del cuestionario a trabajadores de la Municipalidad de Barranca

INDICADORES	Mag. Enrique Elías	Mag. Julio Arce	Mag. André Orihuela	Mag. David Franco	Dr. Miguel Valdez
1. CLARIDAD	Muy Bueno 61-80%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
2. OBJETIVIDAD	Muy Bueno 61-80%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
3. ACTUALIDAD	Excelente 81-100%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
4. ORGANIZACIÓN	Excelente 81-100%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
5. SUFICIENCIA	Excelente 81-100%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
6. INTENCIONALIDAD	Muy Bueno 61-80%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
7. CONSISTENCIA	Excelente 81-100%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
8. COHERENCIA	Excelente 81-100%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
9. METODOLOGIA	Excelente 81-100%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
PROMEDIO DE VALORACIÓN	88	80	96	95	95

Tabla 2

*Cuadro de validadores del cuestionario a autoridades y funcionarios de la
Municipalidad de Barranca*

INDICADORES	Mag. Enrique Elías	Mag. Julio Arce	Mag. André Orihuela	Mag. David Franco	Dr. Miguel Valdez
1. CLARIDAD	Muy Bueno 61-80%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
2. OBJETIVIDAD	Muy Bueno 61-80%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
3. ACTUALIDAD	Excelente 81-100%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
4. ORGANIZACIÓN	Excelente 81-100%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
5. SUFICIENCIA	Excelente 81-100%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
6. INTENCIONALIDAD	Muy Bueno 61-80%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
7. CONSISTENCIA	Excelente 81-100%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
8. COHERENCIA	Excelente 81-100%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
9. METODOLOGIA	Excelente 81-100%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%	Excelente 81-100%
PROMEDIO DE VALORACIÓN	88	80	96	96	95

3.3.5. Confiabilidad de instrumento de medición

Se comprobó la confiabilidad del instrumento a través del Coeficiente Alfa de Cronbach, que tiene como fórmula:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right],$$

Donde:

S_i = Es la varianza del ítem i ,

S_t = Es la varianza de los valores totales observados

K = Es el número de preguntas o ítems

α = Coeficiente Alfa de Cronbach

Para comprobar el grado en el que es confiable un instrumento, el Coeficiente Alfa de Cronbach tiene gran utilidad, pues según Celina y Campo (2005), dicho coeficiente mide la consistencia interna de una escala, y tiene como valor mínimo aceptable 0,70; menor a este valor la consistencia interna es baja. Asimismo, el valor máximo esperado es 0,90; es decir, mientras la consistencia interna se encuentre más cerca de este valor, mayor es su confiabilidad.

Se procedió con hallar el nivel de confiabilidad de cada instrumento aplicado, en ese sentido el cuestionario dirigido a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022 alcanzó un valor de 0.862 encontrándose en el rango [0.81 – 1.00] en donde según Maldonado (2018), se considera que el nivel de confiabilidad es muy alto.

Resumen de procesamiento de casos

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

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

Estadísticas de confiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,862	20

Por otro lado, en el cuestionario aplicado a los funcionarios y autoridades se obtuvo un nivel de confiabilidad de 0,850 encontrándose también en el rango que indica que el instrumento presenta una confiabilidad muy alta.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	51	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	51	100,0

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

Estadísticas de confiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,850	20

Finalmente, el nivel de confiabilidad general del instrumento uniendo los resultados de ambos cuestionarios alcanzó un valor de 0,865 ratificando así el nivel de confiabilidad muy alto.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	151	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	151	100,0

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

Estadísticas de confiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,865	20

3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

La técnica estadística que se utilizó para procesar la información obtenida, después de aplicar el instrumento, y realizar la prueba de hipótesis fue la técnica Chi Cuadrado, debido a que el estudio fue explicativo-causal. Según Hernández et al. (2014) la técnica de Chi Cuadrado corresponde a una prueba estadística que posibilita contrastar hipótesis de variables en relación.

El proceso fue de la siguiente manera:

a) Recopilación de información:

La recolección de datos se dio gracias al empleo del instrumento.

b) Clasificación y codificación:

El acopio de información permitió organizar los datos e ítems en base al procedimiento estadístico de la tabulación utilizada.

c) Tabulación:

Utilizando las tablas de frecuencia y análisis, se elaboraron los cuadros estadísticos con los datos codificadores.

d) Representación estadística:

Los resultados obtenidos fueron representados a través de gráficos de barras, puesto que, al ser de elección del investigador, lo considera apropiado.

e) Análisis e interpretación de datos:

Los resultados fueron analizados e interpretados con carácter descriptivo estadístico.

Asimismo, al procesar los datos, se identificaron las medidas de tendencia central y de dispersión para exponer los resultados obtenidos.

Media aritmética

$$\bar{X} = \frac{\sum fx')}{N}$$

Desviación estándar

$$S_1 = \sqrt{\frac{\sum X'(fx_1^1) - x_1^2}{N}}$$

La técnica de Chi Cuadrado fue elegida porque la investigación fue de enfoque cuantitativo y buscó contrastar las hipótesis planteadas con la realidad observada.

3.5. Aspectos éticos

La investigación cumplió con la debida riguridad al momento de extraer los datos de la realidad, manteniendo la transparencia y sin falsear algún tipo de información o dato. A todas las personas que intervinieron en la aplicación del instrumento se les solicitó su consentimiento para participar del trabajo de campo

manteniendo y resaltando que la encuesta era de carácter anónimo, es decir, no se pidieron ni publicaron sus datos personales.

Asimismo, en todas las informaciones obtenidas, se respetó el derecho de autor, por lo tanto, prevaleció la citación correspondiente en normas APA 7ma edición en las fuentes de información del estudio.

- **Veracidad:** La investigadora no manipuló las informaciones ni los resultados obtenidos, y expuso los resultados de forma honesta.
- **Aprobación del participante:** Las personas participantes de la encuesta aceptaron ser parte del estudio.
- **Confidencialidad:** Todos los datos recopilados fueron sumamente confidenciales y solo la investigadora tuvo acceso a ellos. Asimismo, no se solicitaron ni expusieron datos de las personas participantes del estudio. De igual forma en cuanto al uso, pues la investigadora no manifestó la identidad ni información de los participantes.

Sumado a ello, la muestra participante aceptó responder a las preguntas siguiendo las indicaciones expuestas en el cuestionario.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Descripción de resultados

Los instrumentos utilizados en la investigación fueron dos cuestionarios, ambos conformados por 20 preguntas. Un instrumento se aplicó a 100 trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca, y el segundo instrumento fue aplicado a 51 autoridades y funcionarios de la misma entidad municipal, con el objetivo de establecer de qué manera los canales de comunicación interna tienen efecto en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca.

A continuación, se exponen los resultados del “Cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima” en tablas, gráficos y su respectiva interpretación:

Tabla 3

Resultados generales obtenidos de la aplicación del cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de dicha entidad municipal

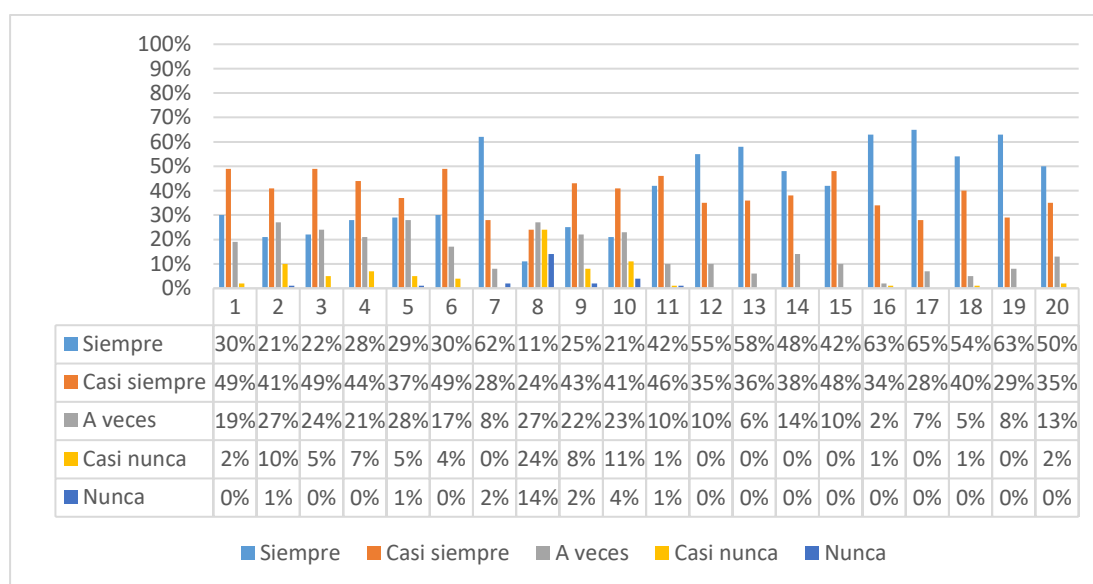
N °	Ítem	5		4		3		2		1		Total	
		Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		hi	%
		hi	%	Hi	%	hi	%	hi	%	hi	%		
1	¿Las informaciones que transmiten los jefes en medios impresos son entendibles para los trabajadores?	30	30%	49	49%	19	19%	2	2%	0	0%	100	100%
2	¿Las informaciones que transmiten los jefes en medios impresos son constantes?	21	21%	41	41%	27	27%	10	10%	1	1%	100	100%
3	¿La información a través de las reuniones que realizan los jefes contiene los datos necesarios?	22	22%	49	49%	24	24%	5	5%	0	0%	100	100%
4	¿La información a través de las reuniones que realizan los jefes involucra a todos los trabajadores de un mismo grupo?	28	28%	44	44%	21	21%	7	7%	0	0%	100	100%
5	¿La duración de las reuniones es suficiente para abordar todos los temas en cuestión y aprender?	29	29%	37	37%	28	28%	5	5%	1	1%	100	100%
6	¿Los objetivos comunicacionales se cumplen a través de los canales tecnológicos?	30	30%	49	49%	17	17%	4	4%	0	0%	100	100%
7	¿Los jefes usan WhatsApp para comunicar temas relacionados a la labor municipal?	62	62%	28	28%	8	8%	0	0%	2	2%	100	100%
8	¿Los jefes usan el correo electrónico para comunicar temas relacionados a la labor municipal?	11	11%	24	24%	27	27%	24	24%	14	14%	100	100%
9	¿Los jefes promueven el uso de los canales tecnológicos a todos los trabajadores sin importar el rango de edad?	25	25%	43	43%	22	22%	8	8%	2%	2%	100	100%
10	¿Los jefes explican a los trabajadores el uso y/o ventajas de los canales tecnológicos?	21	21%	41	41%	23	23%	11	11%	4	4%	100	100%
11	¿Trabaja en equipo constantemente?	42	42%	46	46%	10	10%	1	1%	1	1%	100	100%
12	¿Considera que el trabajo en equipo mejora el desempeño laboral?	55	55%	35	35%	10	10%	0	0%	0	0%	100	100%
13	¿Ofrece constantemente ayuda a sus compañeros de trabajo?	58	58%	36	36%	6	6%	0	0%	0	0%	100	100%
14	¿Considera la opinión de los demás como un factor de desarrollo personal y laboral?	48	48%	38	38%	14	14%	0	0%	0	0%	100	100%
15	¿La interacción con sus compañeros crea un ambiente de trabajo positivo?	42	42%	48	48%	10	10%	0	0%	0	0%	100	100%
16	¿Busca superarse día a día para obtener más logros en su trabajo?	63	63%	34	34%	2	2%	1	1%	0	0%	100	100%
17	¿Se comunica constantemente con sus superiores para dar a conocer los avances de sus tareas asignadas?	65	65%	28	28%	7	7%	0	0%	0	0%	100	100%
18	¿Le dedica el tiempo suficiente a sus labores para presentarlos	54	54%	40	40%	5	5%	1	1%	0	0%	100	100%

	cumpliendo los objetivos solicitados?												
19	¿Siente satisfacción al concluir una tarea difícil en el tiempo estimado?	63	63%	29	29%	8	8%	0	0%	0	0%	100	100%
20	¿Los jefes otorgan a los trabajadores un rango de tiempo adecuado para cumplir sus tareas asignadas?	50	50%	35	35%	13	13%	2	2%	0	0%	100	100%

Nota. Cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.

Gráfico 1

Resultados generales obtenidos de la aplicación del cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de dicha entidad municipal



Nota. Cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos en general, de la aplicación del cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de dicha entidad municipal, se identifica que el 65% de los trabajadores considera que

siempre la motivación laboral es un factor importante para el éxito y cumplimiento de sus labores en la municipalidad. Así como también, más del 30% indicó que el uso de los canales de comunicación interna suele ser satisfactorio para comprender los mensajes y tener información completa.

Asimismo, el 49% considera que la municipalidad casi siempre emite sus informaciones por canales tradicionales y tecnológicos, y que se preocupa por motivar a sus trabajadores gracias al trabajo en equipo y la satisfacción por cumplir objetivos.

El 25% indica que solo a veces recibe los comunicados por estos canales de comunicación interna, y el 13% que a veces se suele crear un ambiente positivo con sus compañeros.

Por otro lado, el 10% manifiesta que casi nunca recibe información de su centro de trabajo por los medios de comunicación interna mencionados, y que dichos mensajes no son muy constantes, así como también se evidencia que solo el 1% del grupo encuestado casi nunca presenta motivación laboral.

Por último, solo el 3% considera que los mensajes no son constantes y que la duración de las reuniones informativas no es suficiente para abordar ciertos temas, y ningún trabajador indicó que nunca siente motivación. Fueron pocos los que marcaron negativamente las preguntas relacionadas a los canales de comunicación y a las de motivación laboral.

Tabla 4

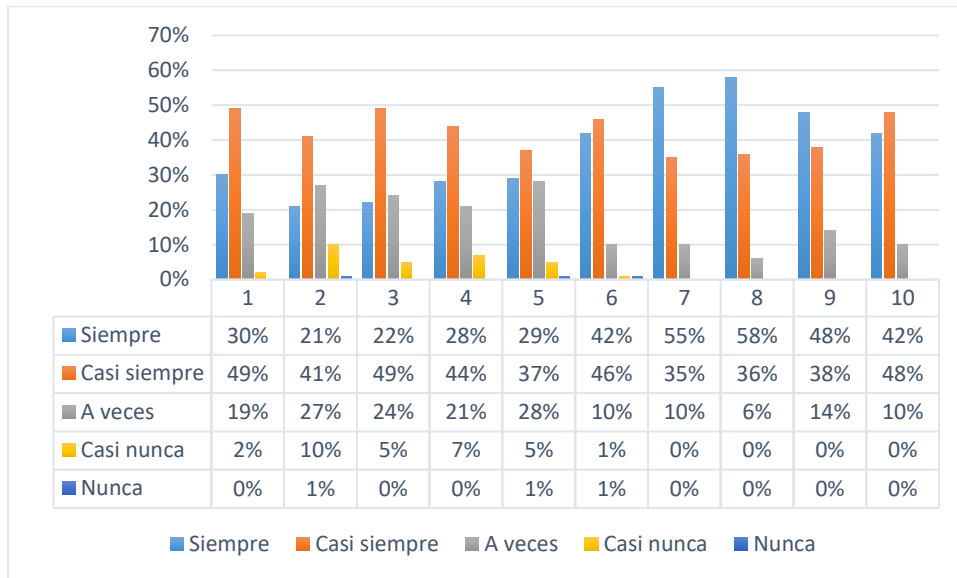
*Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a los trabajadores de la
Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales
tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de dicha entidad
municipal*

N °	Ítem	5		4		3		2		1		Total	
		Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		hi	%
		hi	%	Hi	%	hi	%	hi	%	hi	%		
1	¿Las informaciones que transmiten los jefes en medios impresos son entendibles para los trabajadores?	30	30%	49	49%	19	19%	2	2%	0	0%	100	100%
2	¿Las informaciones que transmiten los jefes en medios impresos son constantes?	21	21%	41	41%	27	27%	10	10%	1	1%	100	100%
3	¿La información a través de las reuniones que realizan los jefes contiene los datos necesarios?	22	22%	49	49%	24	24%	5	5%	0	0%	100	100%
4	¿La información a través de las reuniones que realizan los jefes involucra a todos los trabajadores de un mismo grupo?	28	28%	44	44%	21	21%	7	7%	0	0%	100	100%
5	¿La duración de las reuniones es suficiente para abordar todos los temas en cuestión y aprender?	29	29%	37	37%	28	28%	5	5%	1	1%	100	100%
11	¿Trabaja en equipo constantemente?	42	42%	46	46%	10	10%	1	1%	1	1%	100	100%
12	¿Considera que el trabajo en equipo mejora el desempeño laboral?	55	55%	35	35%	10	10%	0	0%	0	0%	100	100%
13	¿Ofrece constantemente ayuda a sus compañeros de trabajo?	58	58%	36	36%	6	6%	0	0%	0	0%	100	100%
14	¿Considera la opinión de los demás como un factor de desarrollo personal y laboral?	48	48%	38	38%	14	14%	0	0%	0	0%	100	100%
15	¿La interacción con sus compañeros crea un ambiente de trabajo positivo?	42	42%	48	48%	10	10%	0	0%	0	0%	100	100%

Nota. Cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.

Gráfico 2

*Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a los trabajadores de la
Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales
tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de dicha entidad
municipal*



Nota. Cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de dicha entidad municipal, el 58% de los trabajadores indica que siempre realiza sus labores trabajando en equipo y que considera la retroalimentación de sus compañeros de trabajo.

El 49% de los trabajadores señala que casi siempre la información por canales tradicionales es entendible, y que la duración de las reuniones de trabajo casi siempre es suficiente para abordar y comprender los temas. El 46% casi siempre trabajo en

equipo, mientras que el 48% considera que la interacción con sus compañeros, casi siempre crea un ambiente positivo en el trabajo.

Asimismo, el 27% de los encuestados indica que solo a veces se le otorga información por los canales tradicionales, mientras que al 28% no le resulta suficiente la duración de las reuniones de trabajo para abarcar todos los temas pendientes.

Por su parte, solo el 10% manifiesta que casi nunca recibe información por medios impresos, el 2% que la comunicación casi nunca es clara, y el 7% que las reuniones casi nunca involucran a trabajadores que pertenecen a un mismo grupo.

Por último, solo el 1% señala que los mensajes enviados por los jefes nunca los reciben por medios impresos, y que no suele trabajar en equipo. Muy pocos marcaron negativamente las preguntas relacionadas a los canales tradicionales, y ninguno a las de necesidad de afiliación.

Tabla 5

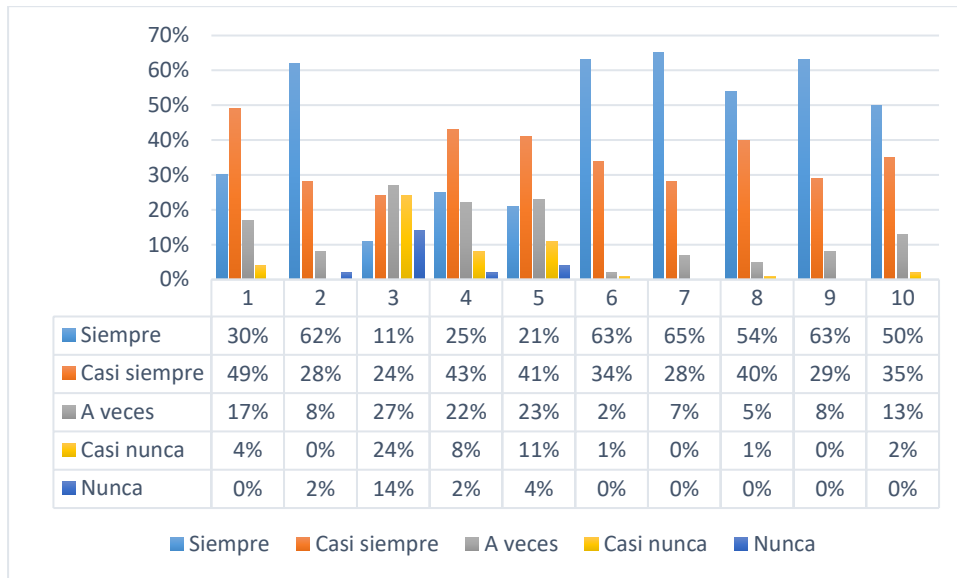
*Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a los trabajadores de la
Municipalidad Provincial de Barranca para determinar el efecto de los canales
tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de dicha entidad
municipal*

N °	Ítem	5		4		3		2		1		Total	
		Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		hi	%
		hi	%	Hi	%	hi	%	hi	%	hi	%		
6	¿Los objetivos comunicacionales se cumplen a través de los canales tecnológicos?	30	30%	49	49%	17	17%	4	4%	0	0%	100	100%
7	¿Los jefes usan WhatsApp para comunicar temas relacionados a la labor municipal?	62	62%	28	28%	8	8%	0	0%	2	2%	100	100%
8	¿Los jefes usan el correo electrónico para comunicar temas relacionados a la labor municipal?	11	11%	24	24%	27	27%	24	24%	14	14%	100	100%
9	¿Los jefes promueven el uso de los canales tecnológicos a todos los trabajadores sin importar el rango de edad?	25	25%	43	43%	22	22%	8	8%	2%	2%	100	100%
10	¿Los jefes explican a los trabajadores el uso y/o ventajas de los canales tecnológicos?	21	21%	41	41%	23	23%	11	11%	4	4%	100	100%
16	¿Busca superarse día a día para obtener más logros en su trabajo?	63	63%	34	34%	2	2%	1	1%	0	0%	100	100%
17	¿Se comunica constantemente con sus superiores para dar a conocer los avances de sus tareas asignadas?	65	65%	28	28%	7	7%	0	0%	0	0%	100	100%
18	¿Le dedica el tiempo suficiente a sus labores para presentarlos cumpliendo los objetivos solicitados?	54	54%	40	40%	5	5%	1	1%	0	0%	100	100%
19	¿Siente satisfacción al concluir una tarea difícil en el tiempo estimado?	63	63%	29	29%	8	8%	0	0%	0	0%	100	100%
20	¿Los jefes otorgan a los trabajadores un rango de tiempo adecuado para cumplir sus tareas asignadas?	50	50%	35	35%	13	13%	2	2%	0	0%	100	100%

Nota. Cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.

Gráfico 3

Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca para determinar el efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de dicha entidad municipal



Nota. Cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca para determinar el efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de dicha entidad municipal, el 65% considera que siempre se comunica con sus jefes para informar los avances en su trabajo, y que siente satisfacción cuando las cumple en el tiempo estimado. El 62% manifiesta que sus superiores siempre utilizan WhatsApp para comunicar temas relacionados a la labor municipal, a diferencia del correo electrónico que solo un 11% indica que se utilice ese canal para comunicarse.

Asimismo, el 49% considera que los objetivos de comunicación casi siempre se cumplen a través de los canales tecnológicos. El 43% señala que casi siempre los jefes promueven el uso de los canales tecnológicos, como WhatsApp y/o el correo electrónico, a los trabajadores sea la edad que tengan. Por su parte, el 48% de los trabajadores le dedican casi siempre el tiempo necesario a sus labores para presentarlas cumpliendo los objetivos propuestos.

El 27% de los encuestados señala que solo a veces sus superiores manejan el correo electrónico para enviar información relacionada a la labor de la entidad municipal. El 22% indica que a veces los jefes suelen promover el uso de los canales tecnológicos a sus trabajadores sin tener un límite de edad, y el 23% indica que los altos mandos a veces suelen explicar el uso y/o ventajas de este tipo de canal de comunicación.

También, el 24% manifiesta que casi nunca los jefes manejan temas relacionados a la labor municipal por medio del correo electrónico. Solo el 11% considera que casi nunca se explica cómo usar y qué ventajas poseen los canales tecnológicos para aprovecharlos al máximo. Asimismo, solo el 2% indica que sus superiores no les otorgan un tiempo suficiente para culminar sus tareas asignadas.

Por último, solo el 2% no recibe información vía WhatsApp, y que no se les explica su uso y ventajas. Muy pocos marcaron negativamente las preguntas relacionadas a los canales tecnológicos, y ninguno a las de necesidad de logro.

Tabla 6

Resultados generales obtenidos de la aplicación del cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de dicha entidad municipal

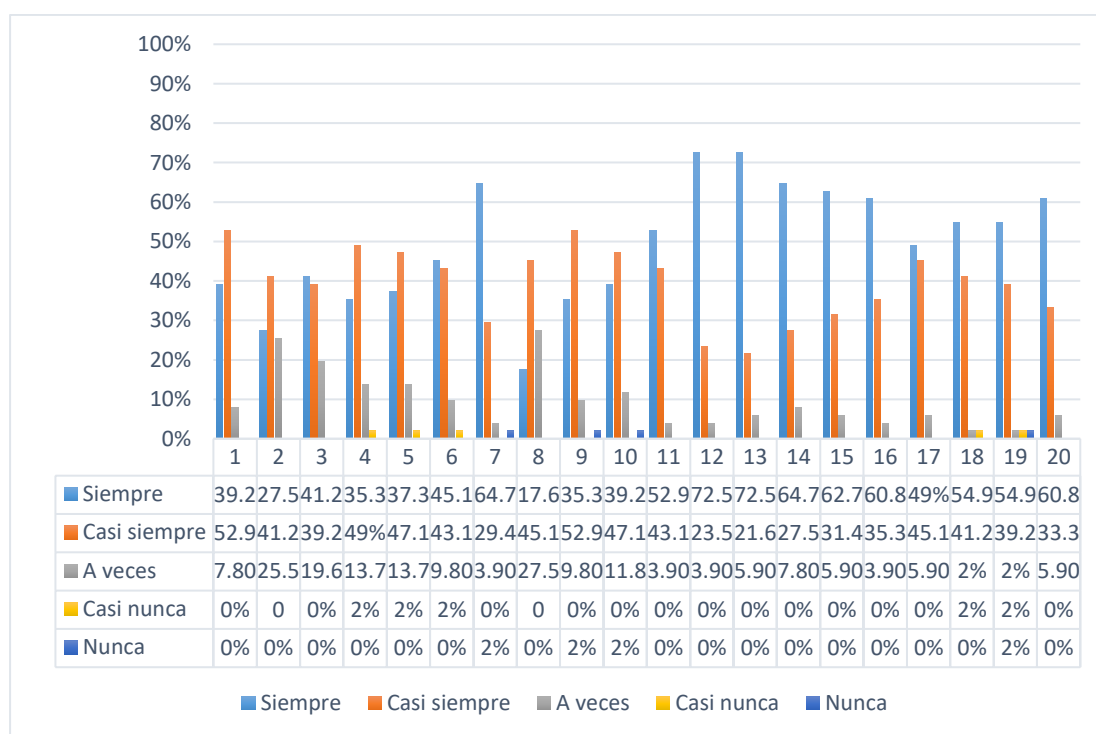
N °	Ítem	5		4		3		2		1		Total	
		Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		hi	%
		hi	%	Hi	%	hi	%	hi	%	hi	%		
1	¿Las informaciones transmitidas en medios impresos son entendibles para los trabajadores?	20	39,2%	20	52,9%	4	7,8%	0	0%	0	0%	51	100%
2	¿Las informaciones transmitidas en medios impresos son constantes?	14	27,5%	21	41,2%	13	25,5%	3	5,9%	0	0%	51	100%
3	¿La información a través de las reuniones contiene los datos necesarios para los trabajadores?	21	41,2%	20	39,2%	10	19,6%	0	0%	0	0%	51	100%
4	¿La información a través de las reuniones involucra a todos los trabajadores de un mismo grupo?	18	35,3%	25	49%	7	13,7%	1	2%	0	0%	51	100%
5	¿La duración de las reuniones es suficiente para abordar todos los temas en cuestión y aprender?	19	37,3%	24	47,1%	7	13,7%	1	2%	0	0%	51	100%
6	¿Los objetivos comunicacionales se cumplen a través de los canales tecnológicos?	23	45,1%	22	43,1%	5	9,8%	1	2%	0	0%	51	100%
7	¿Los trabajadores usan WhatsApp para comunicar temas relacionados a la labor municipal?	33	64,7%	15	29,4%	2	3,9%	0	0%	1	2%	51	100%
8	¿Los trabajadores usan el correo electrónico para comunicar temas relacionados a la labor municipal?	9	17,6%	23	45,1%	14	27,5%	5	9,8%	0	0%	51	100%
9	¿Promueve el uso de los canales tecnológicos a todos los trabajadores sin importar el rango de edad?	18	35,3%	27	52,9%	5	9,8%	0	0%	1%	2%	51	100%
10	¿Explica a los trabajadores el uso y/o ventajas de los canales tecnológicos?	20	39,2%	24	47,1%	6	11,8%	0	0%	1	2%	51	100%
11	¿Trabaja en equipo constantemente?	27	52,9%	22	43,1%	2	3,9%	0	0%	0	0%	51	100%
12	¿Considera que el trabajo en equipo mejora el desempeño laboral?	37	72,5%	12	23,5%	2	3,9%	0	0%	0	0%	51	100%
13	¿Ofrece constantemente ayuda a sus compañeros de trabajo?	37	72,5%	11	21,6%	3	5,9%	0	0%	0	0%	51	100%
14	¿Considera la opinión de los demás como un factor de desarrollo personal y laboral?	33	64,7%	14	27,5%	4	7,8%	0	0%	0	0%	51	100%
15	¿La interacción con sus compañeros crea un ambiente de trabajo positivo?	32	62,7%	16	31,4%	3	5,9%	0	0%	0	0%	51	100%
16	¿Busca superarse día a día para obtener más logros en su trabajo?	31	60,8%	18	35,3%	2	3,9%	0	0%	0	0%	51	100%
17	¿Los trabajadores se comunican constantemente con usted para dar a conocer los avances de sus tareas asignadas?	25	49%	23	45,1%	3	5,9%	0	0%	0	0%	51	100%
18	¿Le dedica el tiempo suficiente a sus labores para presentarlos	28	54,9%	21	41,2%	1	2%	1	2%	0	0%	51	100%

	cumpliendo los objetivos solicitados?												
19	¿Siente satisfacción al concluir una tarea difícil en el tiempo estimado?	28	54,9%	20	39,2%	1	2%	1	2%	1	2%	51	100%
20	¿Le otorga a los trabajadores un rango de tiempo adecuado para cumplir sus tareas asignadas?	31	60,8%	17	33,3%	3	5,9%	0	0%	0	0%	51	100%

Nota. Cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.

Gráfico 4

Resultados generales obtenidos de la aplicación del cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de dicha entidad municipal



Nota. Cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos en general, de la aplicación del cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca para

precisar el efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de dicha entidad municipal, se identifica que más del 70% de las autoridades y funcionarios siempre suelen motivarse por el trabajo en equipo para alcanzar los objetivos propuestos. Así como también más del 35% considera que siempre las informaciones por los canales de comunicación interna son entendibles, contantes y suficientes para comprender el mensaje.

Asimismo, el 40% considera que casi siempre estas informaciones suelen ser satisfactorias para los trabajadores, y que el uso de canales tecnológicos casi siempre es para temas laborales. El 45% se siente casi siempre motivado por el trabajo colectivo con sus compañeros y el buscar superarse diariamente.

Por otro lado, menos del 20% manifiesta que el uso de los canales de comunicación interna a veces suele ser precisos para comunicarse con los trabajadores de la entidad municipal. Menos del 10% a veces se motiva por la interrelación con sus compañeros de trabajo y la satisfacción de cumplir objetivos en el rango estimado.

El 2% casi nunca considera que la comunicación sea satisfactoria en su totalidad y que casi nunca presentan motivación en el trabajo.

Por último, otro 2% indica que nunca se dan estas situaciones en la entidad municipal. Muy pocos marcaron negativamente las preguntas relacionadas a los canales de comunicación y a las de motivación laboral.

Tabla 7

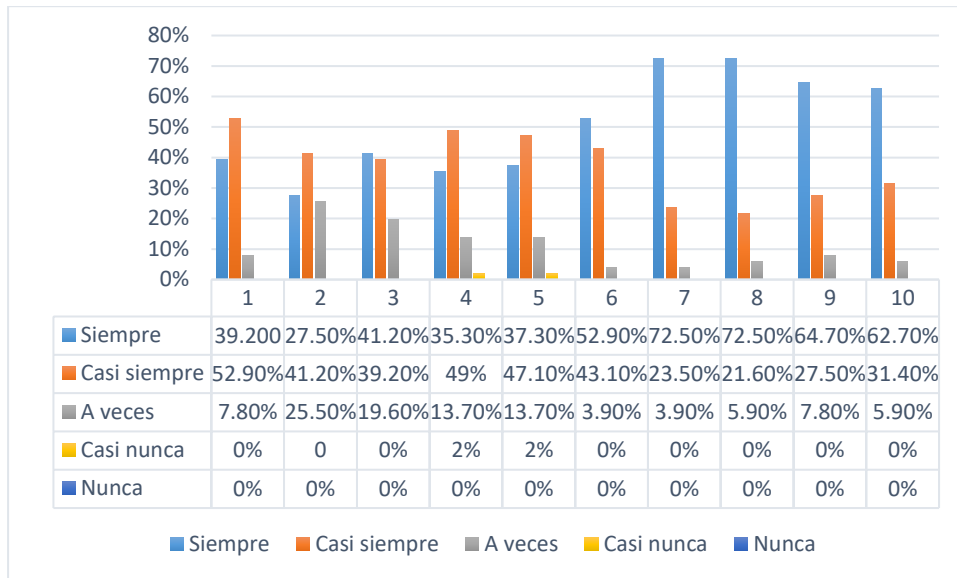
Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de dicha entidad municipal

N °	Ítem	5		4		3		2		1		Total	
		Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		hi	%
		hi	%	Hi	%	hi	%	hi	%	hi	%		
1	¿Las informaciones transmitidas en medios impresos son entendibles para los trabajadores?	20	39,2%	20	52,9%	4	7,8%	0	0%	0	0%	51	100%
2	¿Las informaciones transmitidas en medios impresos son constantes?	14	27,5%	21	41,2%	13	25,5%	3	5,9%	0	0%	51	100%
3	¿La información a través de las reuniones contiene los datos necesarios para los trabajadores?	21	41,2%	20	39,2%	10	19,6%	0	0%	0	0%	51	100%
4	¿La información a través de las reuniones involucra a todos los trabajadores de un mismo grupo?	18	35,3%	25	49%	7	13,7%	1	2%	0	0%	51	100%
5	¿La duración de las reuniones es suficiente para abordar todos los temas en cuestión y aprender?	19	37,3%	24	47,1%	7	13,7%	1	2%	0	0%	51	100%
11	¿Trabaja en equipo constantemente?	27	52,9%	22	43,1%	2	3,9%	0	0%	0	0%	51	100%
12	¿Considera que el trabajo en equipo mejora el desempeño laboral?	37	72,5%	12	23,5%	2	3,9%	0	0%	0	0%	51	100%
13	¿Ofrece constantemente ayuda a sus compañeros de trabajo?	37	72,5%	11	21,6%	3	5,9%	0	0%	0	0%	51	100%
14	¿Considera la opinión de los demás como un factor de desarrollo personal y laboral?	33	64,7%	14	27,5%	4	7,8%	0	0%	0	0%	51	100%
15	¿La interacción con sus compañeros crea un ambiente de trabajo positivo?	32	62,7%	16	31,4%	3	5,9%	0	0%	0	0%	51	100%

Nota. Cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.

Gráfico 5

Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de dicha entidad municipal



Nota. Cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca para precisar el efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de dicha entidad municipal, se identifica que más del 70% de las autoridades y funcionarios siempre ofrece apoyo a sus compañeros y toma en consideración la opinión y retroalimentación de los demás, así como también más del 32% manifiesta que las reuniones siempre involucran a los grupos de trabajo completos y que el uso de los canales tradicionales es comprensible, constante y con los datos necesarios.

Más del 40% indica que casi siempre la comunicación por medios impresos suele ser precisas para los trabajadores, y el 30% que casi siempre suele trabajar en equipo para el logro de objetivos y la mejora del desempeño laboral.

Además, 25.5% afirma que las informaciones emitidas por los medios impresos a veces contienen los datos necesarios, y el 13% que la duración de las reuniones informativas suele ser a veces suficiente para comprender los temas a tratar. Asimismo, menos del 5% indica que a veces no trabaja en equipo ni consulta opiniones diferentes.

Por otro lado, solo el 2% indicó que casi nunca le es suficiente el tiempo de las reuniones ni se involucra en ellas. Muy pocos marcaron negativamente las preguntas relacionadas a los canales tradicionales, y ninguno a las de necesidad de afiliación.

Tabla 8

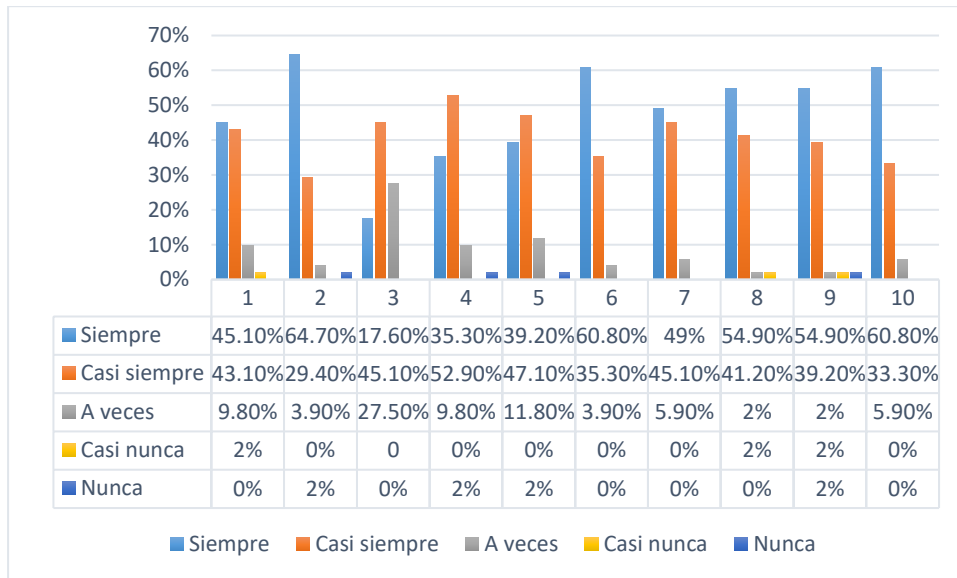
Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca para determinar el efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de dicha entidad municipal

N °	Ítem	5		4		3		2		1		Total	
		Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		hi	%
		hi	%	Hi	%	hi	%	hi	%	hi	%		
6	¿Los objetivos comunicacionales se cumplen a través de los canales tecnológicos?	23	45,1%	22	43,1%	5	9,8%	1	2%	0	0%	51	100%
7	¿Los trabajadores usan WhatsApp para comunicar temas relacionados a la labor municipal?	33	64,7%	15	29,4%	2	3,9%	0	0%	1	2%	51	100%
8	¿Los trabajadores usan el correo electrónico para comunicar temas relacionados a la labor municipal?	9	17,6%	23	45,1%	14	27,5%	5	9,8%	0	0%	51	100%
9	¿Promueve el uso de los canales tecnológicos a todos los trabajadores sin importar el rango de edad?	18	35,3%	27	52,9%	5	9,8%	0	0%	1%	2%	51	100%
10	¿Explica a los trabajadores el uso y/o ventajas de los canales tecnológicos?	20	39,2%	24	47,1%	6	11,8%	0	0%	1	2%	51	100%
16	¿Busca superarse día a día para obtener más logros en su trabajo?	31	60,8%	18	35,3%	2	3,9%	0	0%	0	0%	51	100%
17	¿Los trabajadores se comunican constantemente con usted para dar a conocer los avances de sus tareas asignadas?	25	49%	23	45,1%	3	5,9%	0	0%	0	0%	51	100%
18	¿Le dedica el tiempo suficiente a sus labores para presentarlos cumpliendo los objetivos solicitados?	28	54,9%	21	41,2%	1	2%	1	2%	0	0%	51	100%
19	¿Siente satisfacción al concluir una tarea difícil en el tiempo estimado?	28	54,9%	20	39,2%	1	2%	1	2%	1	2%	51	100%
20	¿Le otorga a los trabajadores un rango de tiempo adecuado para cumplir sus tareas asignadas?	31	60,8%	17	33,3%	3	5,9%	0	0%	0	0%	51	100%

Nota. Cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.

Gráfico 6

Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca para determinar el efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de dicha entidad municipal



Nota. Cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca para determinar el efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de dicha entidad municipal, se identifica que más del 50% de autoridades y funcionarios encuestados siempre le dedican el tiempo necesario a sus labores sintiendo satisfacción al concluirlos en el periodo estimado y superándose día a día, así como también indican que siempre le otorgan a los trabajadores el tiempo necesario para que culminen sus tareas asignadas. Asimismo, más del 40% afirma que los canales tecnológicos como WhatsApp y el correo electrónico siempre se suelen usar para

comunicar temas relacionados al trabajo, y el 39% manifiesta que siempre le explican a los trabajadores cómo usar este tipo de canales modernos.

El 43% señala que los objetivos comunicacionales casi siempre se cumplen gracias a los canales tecnológicos. Más del 45% indica que casi siempre se promueve el uso de estos canales a todos los trabajadores sin tener un límite en las edades. Asimismo, más del 40% casi siempre se siente motivado al cumplir tareas difíciles en un corto plazo, y al estar comunicado de los avances en las tareas asignadas de los distintos trabajadores.

Además, el 27% manifiesta que solo a veces se utiliza el correo electrónico para enviar y recibir información relacionada al trabajo municipal. Menos del 9% señala que a veces se promueve el uso y se explica las ventajas de los canales tecnológicos como WhatsApp y el correo electrónico. Menos del 5% indica que el tiempo de dedicación a sus labores y la satisfacción al concluir las es a veces.

Por otro lado, solo el 2% señala que casi nunca se cumplen los objetivos de comunicación por medio de los canales tecnológicos, y que, a su vez, casi nunca sienten motivación por al cumplir tareas difíciles.

Por último, otro 2% de autoridades y funcionarios encuestados señala que nunca los trabajadores usan WhatsApp para referirse a temas que competen a sus labores, así como también que nunca se promueve el uso ni se detallan las ventajas de estos canales modernos de comunicación interna, y que no sienten satisfacción por terminar tareas en tiempo récord. Muy pocos marcaron negativamente las preguntas relacionadas a los canales tecnológicos y a las de necesidad de logro.

4.2. Prueba de hipótesis

4.2.1. Explicación del Estadístico Chi Cuadrado

Según Díaz y Martín-Consuegra (2014) estadístico de Chi Cuadrado suele utilizarse para comprobar la significatividad de tipo estadística relacionada a la asociación observada en una tabulación cruzada, teniendo como base los resultados obtenidos de los instrumentos considerados dentro de una investigación. Es importante mencionar que dicho estadístico se llega a construir partiendo de las diferencias que puedan existir entre aquellas frecuencias observadas y esperadas bajo la hipótesis de independencia. Entonces, se puede afirmar que al someter los resultados obtenidos de una investigación al test de Chi Cuadrado apoyándose en el programa SPSS, el investigador puede afirmar o rechazar si las dos variables consideradas guardan cierta asociación, efecto o si bien son independientes, contando así con sustento de tipo estadístico.

4.2.2. Hipótesis general

H1: Existe efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.

H0: No existe efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.

Tabla 9

Prueba de Chi Cuadrado de comunicación interna vs. motivación laboral

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	638,889 ^a	468	,000
Razón de verosimilitud	303,679	468	1,000
Asociación lineal por lineal	23,281	1	,000

a. 513 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

Interpretación:

Se puede observar en la tabla que, de los resultados el valor de p es igual a 0,000. Puesto que el valor p es menor a α (0,05) que es el nivel de significancia, se procede a rechazar la hipótesis nula; por ende, se concluye que existe una asociación estadísticamente significativa y un efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.

4.2.3. Hipótesis específica 1

H1: Existe efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.

H0: No existe efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.

Tabla 10

Prueba de Chi Cuadrado de los canales tradicionales vs. necesidad de afiliación

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	166,076 ^a	140	,066
Razón de verosimilitud	124,644	140	,819
Asociación lineal por lineal	10,398	1	,001
N de casos válidos	151		

a. 164 casillas (99,4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

Interpretación:

Se puede observar que el valor obtenido de p en este caso resulta ser igual a 0,066 con lo cual se corrobora que $p > \alpha$ que representa al nivel de significancia que asume el valor de 0,05. En ese sentido, mediante los resultados generados con el estadístico Chi Cuadrado se concluye que, existe un efecto poco significativo de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022. De este modo, se puede decir que se deben potenciar los canales tradicionales.

4.2.4. Hipótesis específica 2

H1: Existe efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.

H0: No existe efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.

Tabla 11

Prueba de Chi Cuadrado de los canales tecnológicos vs. necesidad de logro

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	154,938 ^a	160	,598
Razón de verosimilitud	123,962	160	,984
Asociación lineal por lineal	11,051	1	,001
N de casos válidos	151		

a. 185 casillas (98,9%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

Interpretación:

En esta segunda hipótesis específica, el valor p resulta ser igual a 0,598 siendo este mayor al valor de significancia (0,05) es decir, $p > \alpha$. En ese sentido se puede indicar estadísticamente que en la actualidad no existe efecto significativo de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca- Lima 2022. Se puede evaluar dicha situación teniendo en cuenta que el uso de canales tecnológicos reduce tiempos, y que la mayoría de respuestas, con respecto a esta dimensión, en el instrumento son de forma positiva.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

A partir de los datos obtenidos mediante el procesamiento de la información, se acepta la hipótesis general en la que se indica que existe efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca, pues para ambos cuestionarios, la mayor opción de respuesta fue “siempre” con un porcentaje de 40.95% y la opción “casi siempre” con un 38.7% para el cuestionario aplicado a los trabajadores (Tabla 3); así como también un porcentaje de 49.41% para la opción “siempre”, y 39.41% para la opción “casi siempre” para el cuestionario aplicado a las autoridades y funcionarios de la entidad municipal en cuestión (Tabla 6), es decir, se puede analizar que un correcto manejo, difusión y calidad de comunicación a través de canales internos que involucren a los distintos grupos de trabajadores los motiva a realizar proactivamente sus labores según les indique sus superiores, y a interrelacionarse con sus compañeros de trabajo. Estos resultados comparados con lo que mencionan Cusot y Falconí (2016) en la que uno de los principales objetivos de comunicación dentro de la empresa es el de generar motivación para los recursos humanos gracias a su valor informativo, afirma que sí tiene un grado de influencia positivo si el uso y la gestión son ideales. Además, estos resultados comparados con la investigación realizada por Tacca y Tejada (2017), quienes concluyeron que, en la Municipalidad Distrital de Cerro Colorado, se considera que la recepción de información constante y de calidad de los jefes para con los trabajadores mediante los canales internos inciden en la motivación laboral de estos últimos, así como también el desarrollo personal y profesional. Este antecedente presenta relación con la investigación realizada, pues se demostró que el hacer llegar la comunicación utilizando canales que involucren a todos los

trabajadores e informando a los miembros de la entidad con datos relevantes y de calidad permite que se sientan motivados y posteriormente logren la satisfacción al concluir sus tareas exitosamente.

Asimismo, con estos resultados obtenidos, se acepta también la primera hipótesis específica en la que se establece que existe efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca, pues se evidencia en las opciones de respuesta de los encuestados, en las que se marcó en su mayoría “siempre” con un 37.5%, y “casi siempre” con un 42.3% en el cuestionario aplicado a los trabajadores (Tabla 4), y 50.58% para la opción “siempre” y 37.65% para “casi siempre” en el cuestionario aplicado a las autoridades y funcionarios de la entidad municipal perteneciente a la investigación (Tabla 7), con ello se puede analizar que existen trabajadores que sienten preferencia por canales tradicionales, ya sea medios impresos o interpersonales; estos últimos posibilitan un contacto directo, es decir, el trabajo en equipo se puede desarrollar de mejor manera y por lo tanto, la motivación por relacionarse con los demás genera un trabajo colectivo positivo con óptimos resultados. A partir de las respuestas de los encuestados, se puede analizar que los medios tradicionales internos. Estos resultados se pueden comparar con lo que indica De Castro (2014) quien establece que, en una comunicación con contacto directo, además de permitir feedback inmediato, también se puede transmitir mucho con el lenguaje gestual, permitiendo una mejor interrelación entre individuos. Los resultados comparados también con la investigación realizada por Canllahua y Yucra (2019), quienes concluyeron que la comunicación que se da internamente en la organización sí influye en la motivación de sus integrantes, pues son factores clave las relaciones sociales con los compañeros de trabajo y los jefes, así como el sentimiento de

pertenecer a equipos. El antecedente se puede relacionar con esta investigación, por lo que se determina que el sentir necesidad de ser incluido, trabajar en equipo y relacionarse con su entorno laboral se ve influenciado por la comunicación que existe dentro de la misma organización, es decir, mientras mejor fluya la comunicación que posibilite la interrelación, se reflejarán mejores resultados.

Por último, se acepta también la segunda hipótesis específica, en la que se indica que existe efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca, pues la mayor opción de respuesta fue “siempre” y “casi siempre” con porcentajes de 44.4% y 35.1% respectivamente para el cuestionario de trabajadores (Tabla 5); además de 48.23% para “siempre” y 41.17% para “casi siempre” para el cuestionario de autoridades y funcionarios de dicha entidad municipal (Tabla 8), es decir, que el manejo de canales modernos para derivar información tienen gran uso entre los trabajadores permite informar y hacer llegar los mensajes con más facilidad sobre los avances y éxitos que van logrando en su labor municipal. Estos resultados se pueden comparar con la investigación de Aced (2011), en la que manifiesta que los medios tecnológicos son una forma moderna de hacer llegar los mensajes a los individuos sin importar el tiempo ni el espacio, y que, a su vez, mejoran la colaboración entre miembros de un equipo de trabajo, lo que se puede interpretar como un alcance de objetivos a corto plazo. Asimismo, se coincide con la investigación desarrollada por Yomona (2018), quien llegó a la conclusión de que la motivación es generada por la comunicación que dirigen los altos mandos para dar a conocer a los colaboradores sus logros y avances en los trabajos, así como también el envío y recepción de retroalimentación y el desarrollo que puede lograr por pertenecer a la organización. Este antecedente guarda relación con esta investigación, pues se establece que la buena gestión de

comunicación puede generar factores motivacionales que optimicen resultados gracias al reconocimiento de logros y derecho a la información sobre el desenvolvimiento del colaborador en la organización.

CONCLUSIONES

Primera: Existe un efecto positivo de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca, pues se tiene un promedio de 79.65% entre las respuestas “siempre” y “casi siempre” del cuestionario aplicado a los trabajadores (Tabla 3), y un promedio de 88.82% de las respuestas “siempre” y “casi siempre” del cuestionario aplicado a las autoridades y funcionarios (Tabla 6). Es decir, la constante comunicación de los altos mandos con las distintas áreas de trabajo, motiva de forma general al logro de objetivos que no solo benefician a la institución, sino también a su imagen y a la comunidad.

Segunda: Existe un efecto positivo de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca, debido a que se tiene un promedio de 79.8% y 88.23% de respuestas positivas entre el cuestionario aplicado a trabajadores y autoridades y funcionarios respectivamente (Tabla 4 y Tabla 7). Es decir, el uso de los medios impresos o interpersonales permite una mejor integración entre los miembros de la municipalidad perteneciente a esta investigación.

Tercera: Existe un efecto positivo de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca, puesto que se tiene un promedio de 79.5% y de 89.4% de respuestas positivas en el cuestionario aplicado tanto a trabajadores, como a autoridades y funcionarios respectivamente (Tabla 5 y Tabla 8). Por ello, se determina que el manejo de canales modernos entre los integrantes de la municipalidad en cuestión, posibilita el desempeño y alcance de objetivos debido a que la evolución de los canales de comunicación facilita el intercambio mensajes.

RECOMENDACIONES

Primera: Al alcalde de la Municipalidad Provincial de Barranca, al ser la máxima autoridad de la institución, debe continuar promoviendo el derecho a la información de los trabajadores de dicha entidad, programando reuniones para informar, capacitar, escuchar y recibir sugerencias por parte de los miembros de su equipo, puesto que el conocimiento del desarrollo profesional, de las labores municipales y la constante comunicación jefe-subordinado genera y aumenta la motivación laboral entre los miembros que conforman la organización. En base a esto, también es necesario compartir estas recomendaciones con las demás autoridades y jefes de trabajo para que en conjunto realicen y potencien los canales de comunicación.

Segunda: Al Gerente Municipal, es menester difundir mensajes en el interior de la organización utilizando canales tradicionales que se familiarizan con muchos trabajadores, ya sea por escrito o en persona, durante los horarios laborales, por ello se recomienda compartir mensajes más continuamente, en especial los que se dan cara a cara, como las reuniones o charlas informativas, las cuales posibilitan un feedback inmediato, además de que una comunicación más cercana posibilita lazos de confianza a través del habla y las expresiones. Estos canales de comunicación también permiten intercambiar opiniones, ideas y sugerencias, por ende, hace posible que durante las actividades laborales en equipos los trabajadores se relacionen con mayor confianza con sus compañeros, y estos se motiven al momento de realizar sus tareas gracias al sentirse como parte de un grupo que está constantemente en comunicación.

Tercera: A la subgerente de Imagen Institucional, conociendo las ventajas de los canales tecnológicos como la velocidad y facilidad de enviar y recibir mensajes sin

importar el lugar donde estén los individuos, debe continuar promoviendo el uso de estos canales, y asignar también a los jefes de grupo que también lo hagan con sus equipos respectivos, en especial el WhatsApp, que se ha convertido en la mensajería instantánea usada por muchos usuarios, y poder de esta informar rápidamente a los trabajadores e influir en su motivación por lograr los objetivos ya que pueden absolver dudas rápidamente entre usuarios o mediante los grupos que se pueden crear en la misma aplicación. Asimismo, es importante aconsejarlos que cuando existan dudas o rumores, al ser WhatsApp un canal informal, deben solicitar lo antes posible la aclaración preguntando o consultando a su jefe inmediato para continuar sus labores con la información correcta que los beneficie.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aced, C. (2013). *Relaciones Públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*. Editorial UOC.
- Aced, C. (2011, 1 de septiembre). Aprovechar los medios sociales dentro de la empresa. *Blog-o-corp*. <https://cristinaaced.com/2011/09/01/aprovechar-los-medios-sociales-dentro-de-la-empresa/>
- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. Universidad de Murcia, Fondo Editorial.
- Añez, S. (2006). Cultura organizacional y motivación laboral de los docentes universitarios. *CICAG*, 4(1), 102-126. <http://ojs.urbe.edu/index.php/cicag/article/view/431>
- Apolo, D., Murillo, H., & García, G. (2014). *Comunicación 360: herramientas para la gestión de comunicación interna e identidad*. Editorial Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.
- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/40362>
- Balbuena, F. (2020, 29 de junio). Teoría de McClelland. *Cluster Mexicano de Comercio*. <https://www.cmdc.com.mx/post/teor%C3%ADa-de-mcclelland>
- Berceruelo, B. (2014). *Nueva comunicación interna en la empresa*. Estudio de Comunicación, S.A.
- Brandolini, A., González, M., & Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna*. Editorial DIRCOM.

Canllahua, M., & Yucra, R. (2019). *La influencia de la comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la empresa Servicios Polux S.A.C. Arequipa 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio UNSA. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/9232>

Carabajo, M. (2019). Emprendimiento, inclusión social e innovación social. En E. Herruzo, B. Hernández, G. Cardella & J. Sánchez (Ed.), *Emprendimiento e Innovación: Oportunidades para todos* (pp. 425-430). DYKINSON.

Casares, E. (2007). La comunicación en la organización: la retroalimentación como fuente de satisfacción. *Razón y Palabra*, (56). <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n56/ecasares.html>

Celina, H., & Campo, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 24(4), 572-580. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80634409>

Charry, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comunic@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 25-34. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4498/449856234001/html/index.html>

Cuenca, J., & Verazzi, L. (2018). *Guía fundamental de la comunicación interna*. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/105390?page=3>

- Cusot, G., & Falconí, G. (2016). La comunicación interna y el uso de medios digitales
2.0. *ESTRATEGAS, Investigación en Comunicación*, 3, 57-58.
<https://marketing.udla.edu.ec/ojs/index.php/estrategas/article/view/99>
- De Castro, A. (2014). *Comunicación organizacional: técnicas y estrategias*. Editorial
Universidad del Norte.
<https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/69924?page=1>
- De Marchis, G., Gil-Casares, M., & Lanzas, F. (2007). *Organización y psicología en la
comunicación interna*. Editorial Fragua.
- Díaz, C. (2015). *Los canales de comunicación interna y su incidencia en el
desempeño de los trabajadores de la CAPEIPI (Cámara de la Pequeña y
Mediana empresa de Pichincha)*. [Tesis de licenciatura, Universidad Central
del Ecuador]. Repositorio UCE.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/7828>
- Díaz, E., & Martín-Consuegra, D. (2014). Técnicas de análisis de datos. En Á. Esteban
& A. Molina (Ed.), *Investigación de Mercados* (pp. 173-205). ESIC.
- Dussailant, J. (2006). *Consejos al investigador: guía práctica para hacer una tesis*.
RIL editores. <https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/67974>
- Escorra, L. (1988). Cuantificación de la validez de contenido por criterio de jueces.
Revista de Psicología, 6(1-2). 103-111.
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/4555>
- Franklin, E., & Krieger, M. (2011). *Comportamiento organizacional: enfoque para
América Latina*. Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

- García, M., Barbero, M., Ávila, I., & García M. (2003). La motivación laboral de los jóvenes en su primer empleo. *Psicothema*, 15(1), 109-113.
<https://reunido.uniovi.es/index.php/PST/article/view/8146>
- García, M., & Conforme, V. (2021). *Estudio de la comunicación interna y su relación con la motivación laboral desde una perspectiva generacional en una empresa de servicio logístico en la ciudad de Guayaquil: propuesta de un plan de comunicación interna para el fortalecimiento de la motivación del personal administrativo de la empresa*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio UCSG.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/16978>
- Garrido, L. (2011). Habermas y la teoría de la acción comunicativa. *Razón y Palabra*, (75). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199518706036>
- Gómez, M. (2009). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Editorial Brujas. <https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/78021>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- López, J. (2005). Motivación laboral y gestión de recursos humanos en la teoría de Frederick Herzberg. *Gestión en el Tercer Milenio*, 8(5), 25-36.
<https://doi.org/10.15381/gtm.v8i15.9692>
- Luna, R. (2002). Análisis del concepto multidimensional de la motivación de logro de Cassidy y Lynn. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 12, 113-127.
<https://revistas.ucm.es/index.php/CESE/article/view/CESE0202110113A>

- Maldonado, J. (2018). *Metodología de la Investigación Social. Paradigmas: cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario*. Ediciones de la U.
- Marin, H., & Placencia, M. (2017). Motivación y satisfacción laboral del personal de una organización de salud del sector privado. *Horizonte Médico (Lima)*, 17(4), 42-52. <https://doi.org/10.24265/horizmed.2017.v17n4.08>
- Municipalidad Provincial de Barranca. <https://munibarranca.gob.pe>
- Ortega, M. (2020). *Caso de estudio de la gestión de la comunicación interna del colegio privado ISM Academy Quito respecto a la motivación laboral y pertenencia*. [Tesis de licenciatura, Universidad Internacional del Ecuador]. Repositorio UIDE. <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4344>
- Ortún, V. (1999). ¿Conocimiento para gestionar? *Gestión Clínica y Sanitaria*, 1(1), 5-6. <http://iiss.es/gcs/gestion%20clinica%201.pdf>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <http://www.intjmorphol.com/es/?s=Sampling+Techniques+on+a+Population+Study>
- Palmer, M. (2016). *Plan de comunicación interna para mejorar la motivación laboral en los colaboradores del colegio Pamer Chiclayo – 2016*. [Tesis de maestría, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio USS. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/4186>
- Pereiro, V. (2016). Canales digitales: de una solución tecnológica a una experiencia única. *MK – Marketing Más Ventas*, 30(304), 20-25.

<https://web.s.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=4c8c891e-949e-46dd-aaa7-6c6247529246%40redis>

Pinto, M. (2012). *Desarrollo organizacional*. Red Tercer Milenio S.C.

Piedra, M. (2020). *Comunicación organizacional y la motivación laboral en el docente de la facultad de ciencias de la comunicación de una universidad privada peruana*. [Tesis de maestría, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio URP. <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/3541>

Reeve, J. (2010). *Motivación y Emoción*. McGraw Hill.

Reyes, J. (2012). Las cuatro dimensiones de la comunicación interna. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]*, 2(40), 127-137. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi40>

Rodríguez, A. (2013). *Diseño de un plan de comunicación interna, para la integración y motivación del personal de ventas directas en la empresa Herbalife del Ecuador, 2013 – 2014*. [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica Equinoccial]. Repositorio UTE. <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/10716>

Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. Pearson Educación.

Ruiz, J., Silva, N., & Vanga, M. (2008). Ética empresarial y el desempeño laboral en Organizaciones de Alta Tecnología (OAT). *Revista Venezolana de Gerencia*, 13(43), 417-441. <https://doi.org/10.37960/revista.v13i43.10504>

Seisdedos, N. (1985). El clima laboral y su medida. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 1(2) 77-100. <https://journals.copmadrid.org/jwop/art/a86c450b76fb8c371afead6410d55534>

Supo, J. (2015). *Cómo empezar una tesis*. BIOESTADISTICO EIRL.

Tacca, V., & Tejada, J. (2017). *Relación entre la comunicación interna y la motivación laboral de los trabajadores administrativos de la Municipalidad Distrital de Cerro Colorado, Arequipa, 2017*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio UNSA. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/4681>

Tamayo, Y., Del Río, A., & García, D. (2014). Modelo de gestión organizacional basado en el logro de objetivos. *Suma de Negocios*, 5(11), 70-77. [https://doi.org/10.1016/S2215-910X\(14\)70021-7](https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70021-7)

Vara, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*. Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos de la Universidad de San Martín de Porres. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.1.2238.4080>

Villegas, D. (2010). *Plan de comunicación interna para mejorar la motivación de la fuerza de ventas de la empresa Transbel S.A. de la ciudad de La Paz*. [Tesis de licenciatura, Universidad Mayor de San Andrés]. Repositorio UMSA. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/18746>

Vélaz, J. (1996). *Motivos y motivación en la empresa*. Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/52920>

Yomona, E. (2018). *La comunicación interna y su relación con la motivación laboral de los colaboradores administrativos de Nexus Group Restaurants SAC, Lima 2017*. [Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio USMP. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/4651>

ANEXOS

ANEXO I: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA													
Problema general: ¿Cuál es el efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022?	Objetivo general: Precisar el efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.	Hipótesis general: Existe efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.	V. Independiente: Canales de comunicación interna	DISEÑO METODOLÓGICO: Enfoque de investigación: Cuantitativo Tipo de investigación: Aplicada Nivel de investigación: Descriptivo – Explicativo Diseño de investigación: No experimental – Transversal Método de investigación: Inductivo													
Problemas específicos: A. ¿Cuál es el efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022? B. ¿Cuál es el efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022?	Objetivos específicos: A. Precisar el efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022. B. Determinar el efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.	Hipótesis específicas: A. Existe efecto de los canales tradicionales en la necesidad de afiliación de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022. B. Existe efecto de los canales tecnológicos en la necesidad de logro de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima 2022.	V. Dependiente: Motivación laboral	DISEÑO MUESTRAL: Población: 398 entre trabajadores, autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima. Muestra: 100 trabajadores y 51 autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima. Técnica de muestreo: Muestreo no probabilístico – Juicio o criterio del investigador. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS: a. Técnica: Encuesta b. Instrumento: Cuestionario TÉCNICAS ESTADÍSTICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN: Para el contraste de la hipótesis se utilizará la técnica de Chi Cuadrado.													
			<table border="1"> <thead> <tr> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> <th>Ítems / Índices</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Canales tradicionales</td> <td>Considera el canal impreso en la transmisión de información.</td> <td>1,2</td> </tr> <tr> <td>Considera el canal interpersonal para comunicarse.</td> <td>3,4,5</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Canales tecnológicos</td> <td>Comunica a través de canales tecnológicos.</td> <td>6,7,8</td> </tr> <tr> <td>Promueve el uso de canales tecnológicos.</td> <td>9,10</td> </tr> </tbody> </table>	Dimensiones	Indicadores	Ítems / Índices	Canales tradicionales	Considera el canal impreso en la transmisión de información.	1,2	Considera el canal interpersonal para comunicarse.	3,4,5	Canales tecnológicos	Comunica a través de canales tecnológicos.	6,7,8	Promueve el uso de canales tecnológicos.	9,10	
Dimensiones	Indicadores	Ítems / Índices															
Canales tradicionales	Considera el canal impreso en la transmisión de información.	1,2															
	Considera el canal interpersonal para comunicarse.	3,4,5															
Canales tecnológicos	Comunica a través de canales tecnológicos.	6,7,8															
	Promueve el uso de canales tecnológicos.	9,10															
			<table border="1"> <thead> <tr> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> <th>Ítems / Índices</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Necesidad de afiliación</td> <td>Opta por el trabajo en equipo.</td> <td>11,12</td> </tr> <tr> <td>Busca interactuar con sus compañeros de trabajo.</td> <td>13,14,15</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Necesidad de logro</td> <td>Demuestra esfuerzo en el desarrollo de su trabajo.</td> <td>16,17,18</td> </tr> <tr> <td>Busca cumplir a tiempo las tareas asignadas.</td> <td>19, 20</td> </tr> </tbody> </table>	Dimensiones	Indicadores	Ítems / Índices	Necesidad de afiliación	Opta por el trabajo en equipo.	11,12	Busca interactuar con sus compañeros de trabajo.	13,14,15	Necesidad de logro	Demuestra esfuerzo en el desarrollo de su trabajo.	16,17,18	Busca cumplir a tiempo las tareas asignadas.	19, 20	
Dimensiones	Indicadores	Ítems / Índices															
Necesidad de afiliación	Opta por el trabajo en equipo.	11,12															
	Busca interactuar con sus compañeros de trabajo.	13,14,15															
Necesidad de logro	Demuestra esfuerzo en el desarrollo de su trabajo.	16,17,18															
	Busca cumplir a tiempo las tareas asignadas.	19, 20															

ANEXO II: MATRIZ DE LA OPERACIONALIZACIÓN DEL INSTRUMENTO

Cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES DE LOGRO	PESO	N° ITEMS	ITEMS	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Canales de comunicación interna	Canales tradicionales	Considera el canal impreso en la transmisión de información	25%	5	<ul style="list-style-type: none"> ¿Las informaciones que transmiten los jefes en medios impresos son entendibles para los trabajadores? ¿Las informaciones que transmiten los jefes en medios impresos son constantes? 	A. SIEMPRE B. CASI SIEMPRE C. A VECES D. CASI NUNCA E. NUNCA
		Considera el canal interpersonal para comunicarse			<ul style="list-style-type: none"> ¿La información a través de las reuniones que realizan los jefes contiene los datos necesarios? ¿La información a través de las reuniones que realizan los jefes involucra a todos los trabajadores de un mismo grupo? ¿La duración de las reuniones es suficiente para abordar todos los temas en cuestión y aprender? 	
	Canales tecnológicos	Comunica a través de canales tecnológicos	25%	5	<ul style="list-style-type: none"> ¿Los objetivos comunicacionales se cumplen a través de los canales tecnológicos? ¿Los jefes usan WhatsApp para comunicar temas relacionados a la labor municipal? ¿Los jefes usan el correo electrónico para comunicar temas relacionados a la labor municipal? 	
		Promueve el uso de los canales tecnológicos			<ul style="list-style-type: none"> ¿Los jefes promueven el uso de los canales tecnológicos a todos los trabajadores sin importar el rango de edad? ¿Los jefes explican a los trabajadores el uso y/o ventajas de los canales tecnológicos? 	

Motivación laboral	Necesidad de afiliación	Opta por el trabajo en equipo	25%	5	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Trabaja en equipo constantemente? • ¿Considera que el trabajo en equipo mejora el desempeño laboral? 	<p>A. SIEMPRE B. CASI SIEMPRE C. A VECES D. CASI NUNCA E. NUNCA</p>
		Busca interactuar con sus compañeros de trabajo			<ul style="list-style-type: none"> • ¿Ofrece constantemente ayuda a sus compañeros de trabajo? • ¿Considera la opinión de los demás como un factor de desarrollo personal y laboral? • ¿La interacción con sus compañeros crea un ambiente de trabajo positivo? • ¿Busca superarse día a día para obtener más logros en su trabajo? 	
	Necesidad de logro	Demuestra esfuerzo en el desarrollo de su trabajo	25%	5	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se comunica constantemente con sus superiores para dar a conocer los avances de sus tareas asignadas? • ¿Le dedica el tiempo suficiente a sus labores para presentarlos cumpliendo los objetivos solicitados? 	
		Busca cumplir a tiempo las tareas asignadas			<ul style="list-style-type: none"> • ¿Siente satisfacción al concluir una tarea difícil en el tiempo estimado? • ¿Los jefes otorgan a los trabajadores un rango de tiempo adecuado para cumplir sus tareas asignadas? 	
		100%		20		

Cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES DE LOGRO	PESO	N° ITEMS	ITEMS	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Canales de comunicación interna	Canales tradicionales	Considera el canal impreso en la transmisión de información	25%	5	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Las informaciones transmitidas en medios impresos son entendibles para los trabajadores? • ¿Las informaciones transmitidas en medios impresos son constantes? 	A. SIEMPRE B. CASI SIEMPRE C. A VECES D. CASI NUNCA E. NUNCA
		Considera el canal interpersonal para comunicarse			<ul style="list-style-type: none"> • ¿La información a través de las reuniones contiene los datos necesarios para los trabajadores? • ¿La información a través de las reuniones involucra a todos los trabajadores de un mismo grupo? • ¿La duración de las reuniones es suficiente para abordar todos los temas en cuestión y aprender? • ¿Los objetivos comunicacionales se cumplen a través de los canales tecnológicos? 	
	Canales tecnológicos	Comunica a través de canales tecnológicos	25%	5	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Los trabajadores usan WhatsApp para comunicar temas relacionados a la labor municipal? • ¿Los trabajadores usan el correo electrónico para comunicar temas relacionados a la labor municipal? 	
		Promueve el uso de los canales tecnológicos			<ul style="list-style-type: none"> • ¿Promueve el uso de los canales tecnológicos a todos los trabajadores sin importar el rango de edad? • ¿Explica a los trabajadores el uso y/o ventajas de los canales tecnológicos? 	

Motivación laboral						
Necesidad de afiliación	Opta por el trabajo en equipo				<ul style="list-style-type: none"> • ¿Trabaja en equipo constantemente? • ¿Considera que el trabajo en equipo mejora el desempeño laboral? 	
	Busca interactuar con sus compañeros de trabajo	25%	5		<ul style="list-style-type: none"> • ¿Ofrece constantemente ayuda a sus compañeros de trabajo? • ¿Considera la opinión de los demás como un factor de desarrollo personal y laboral? • ¿La interacción con sus compañeros crea un ambiente de trabajo positivo? • ¿Busca superarse día a día para obtener más logros en su trabajo? • ¿Los trabajadores se comunican constantemente con usted para dar a conocer los avances de sus tareas asignadas? • ¿Le dedica el tiempo suficiente a sus labores para presentarlos cumpliendo los objetivos solicitados? 	A. SIEMPRE B. CASI SIEMPRE C. A VECES D. CASI NUNCA E. NUNCA
	Demuestra esfuerzo en el desarrollo de su trabajo					
	Necesidad de logro					
	Busca cumplir a tiempo las tareas asignadas	25%	5		<ul style="list-style-type: none"> • ¿Siente satisfacción al concluir una tarea difícil en el tiempo estimado? • ¿Le otorga a los trabajadores un rango de tiempo adecuado para cumplir sus tareas asignadas? 	
		100%	20			

ANEXO III: CUESTIONARIO APLICADO



CUESTIONARIO A LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE BARRANCA – LIMA

Estimados trabajadores:

Solicito su apoyo para resolver esta encuesta, la cual permitirá comprobar si **existe efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.**

Ahora, se expone una lista de preguntas, de las cuales deben elegir aquellas alternativas que sean pertinentes y que más se adapten a la realidad. Agradeceremos su total franqueza.

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos acopiados se tratarán de forma estadística, es decir, se les asegura plena discreción.

1. ¿Las informaciones que transmiten los jefes en medios impresos son entendibles para los trabajadores?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

2. ¿Las informaciones que transmiten los jefes en medios impresos son constantes?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

3. ¿La información a través de las reuniones que realizan los jefes contiene los datos necesarios?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

4. ¿La información a través de las reuniones que realizan los jefes involucra a todos los trabajadores de un mismo grupo?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

5. ¿La duración de las reuniones es suficiente para abordar todos los temas en cuestión y aprender?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

6. ¿Los objetivos comunicacionales se cumplen a través de los canales tecnológicos?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

7. ¿Los jefes usan WhatsApp para comunicar temas relacionados a la labor municipal?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

8. ¿Los jefes usan el correo electrónico para comunicar temas relacionados a la labor municipal?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

9. ¿Los jefes promueven el uso de los canales tecnológicos a todos los trabajadores sin importar el rango de edad?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

10. ¿Los jefes explican a los trabajadores el uso y/o ventajas de los canales tecnológicos?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

11. ¿Trabaja en equipo constantemente?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

12. ¿Considera que el trabajo en equipo mejora el desempeño laboral?

- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
13. ¿Ofrece constantemente ayuda a sus compañeros de trabajo?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
14. ¿Considera la opinión de los demás como un factor de desarrollo personal y laboral?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
15. ¿La interacción con sus compañeros crea un ambiente de trabajo positivo?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
16. ¿Busca superarse día a día para obtener más logros en su trabajo?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
17. ¿Se comunica constantemente con sus superiores para dar a conocer los avances de sus tareas asignadas?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
18. ¿Le dedica el tiempo suficiente a sus labores para presentarlos cumpliendo con los objetivos solicitados?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
19. ¿Siente satisfacción al concluir una tarea difícil en el tiempo estimado?
- a) Siempre

- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

20. ¿Los jefes otorgan a los trabajadores un rango de tiempo adecuado para cumplir sus tareas asignadas?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

Gracias por su colaboración

CUESTIONARIO A LAS AUTORIDADES Y FUNCIONARIOS DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE BARRANCA – LIMA

Estimados servidores públicos:

Solicito su apoyo para resolver esta encuesta, la cual permitirá comprobar si **existe efecto de los canales de comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.**

Ahora, se expone una lista de preguntas, de las cuales deben elegir aquellas alternativas que crean sean pertinentes y que más se adapten a la realidad. Agradeceremos su total franqueza.

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos acopiados se tratarán de forma estadística, es decir, se les asegura plena discreción.

1. ¿Las informaciones transmitidas en medios impresos son entendibles para los trabajadores?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

2. ¿Las informaciones transmitidas en medios impresos son constantes?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

3. ¿La información a través de las reuniones contiene los datos necesarios para los trabajadores?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

4. ¿La información a través de las reuniones involucra a todos los trabajadores de un mismo grupo?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

5. ¿La duración de las reuniones es suficiente para abordar todos los temas en cuestión y aprender?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre

- c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
6. ¿Los objetivos comunicacionales se cumplen a través de los canales tecnológicos?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
7. ¿Los trabajadores usan WhatsApp para comunicar temas relacionados a la labor municipal?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
8. ¿Los trabajadores usan el correo electrónico para comunicar temas relacionados a la labor municipal?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
9. ¿Promueve el uso de los canales tecnológicos a todos los trabajadores sin importar el rango de edad?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
10. ¿Explica a los trabajadores el uso y/o ventajas de los canales tecnológicos?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
11. ¿Trabaja en equipo constantemente?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
12. ¿Considera que el trabajo en equipo mejora el desempeño laboral?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces

- d) Casi nunca
 - e) Nunca
13. ¿Ofrece constantemente ayuda a sus compañeros de trabajo?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
14. ¿Considera la opinión de los demás como un factor de desarrollo personal y laboral?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
15. ¿La interacción con sus compañeros crea un ambiente de trabajo positivo?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
16. ¿Busca superarse día a día para obtener más logros en su trabajo?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
17. ¿Los trabajadores se comunican constantemente con usted para dar a conocer los avances de sus tareas asignadas?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
18. ¿Le dedica el tiempo suficiente a sus labores para presentarlos cumpliendo con los objetivos solicitados?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
19. ¿Siente satisfacción al concluir una tarea difícil en el tiempo estimado?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca

- e) Nunca
20. ¿Le otorga a los trabajadores un rango de tiempo adecuado para cumplir sus tareas asignadas?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

Gracias por su colaboración

ANEXO IV: BASE DE DATOS

Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima

ENCUESTADOS	ÍTEMS																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
E1	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
E2	3	5	3	4	3	3	5	3	4	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4
E3	5	5	5	4	5	3	4	1	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
E4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	4
E5	5	4	4	4	3	4	5	2	1	1	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4
E6	4	4	3	3	4	5	5	3	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	3
E7	4	4	4	4	4	5	5	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E8	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
E9	4	4	3	3	2	3	3	2	3	2	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3
E10	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E11	4	4	3	3	2	3	5	5	3	2	4	5	5	3	5	5	4	5	5	3
E12	4	4	4	4	3	5	3	1	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E13	5	5	5	5	4	5	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3
E14	5	4	4	4	3	5	5	1	2	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5
E15	3	3	2	3	3	3	4	3	2	1	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4
E16	4	2	2	2	3	3	5	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
E17	4	4	5	3	3	4	5	4	4	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
E18	4	3	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4
E19	3	3	4	4	4	4	5	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3
E20	5	4	5	3	3	3	3	2	2	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3
E21	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E22	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
E23	2	3	2	3	3	2	4	3	2	3	4	3	4	3	3	2	3	2	3	4
E24	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4
E25	4	3	4	2	2	2	4	2	4	2	2	5	4	3	4	4	3	5	5	2
E26	4	4	4	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4

E27	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	3
E28	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
E29	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
E30	4	3	4	3	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
E31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E32	5	5	4	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
E33	5	5	5	5	5	3	1	1	1	1	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
E34	4	2	3	4	3	3	3	1	3	2	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
E35	3	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	5
E36	4	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
E37	2	1	3	2	2	3	4	1	3	2	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4
E38	5	4	4	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
E39	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E40	5	4	5	5	4	5	5	3	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4
E41	5	4	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
E42	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3
E43	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4
E44	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
E45	4	4	3	3	3	3	4	2	3	2	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
E46	4	4	3	4	5	4	5	5	4	3	3	3	5	5	5	5	3	3	5	4
E47	4	3	3	4	1	2	1	1	3	2	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5
E48	4	3	4	3	3	4	5	4	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4
E49	3	2	4	4	3	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4
E50	3	2	3	3	2	4	5	2	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3
E51	3	2	3	2	3	4	5	2	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4
E52	3	2	3	3	3	4	5	2	4	3	5	5	5	4	3	5	5	4	3	4
E53	3	3	4	2	3	4	5	2	3	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
E54	4	4	3	3	3	3	4	1	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
E55	4	3	4	3	4	4	5	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
E56	4	2	3	3	4	4	5	1	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5
E57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

E59	3	2	2	2	3	3	4	1	2	3	4	3	4	3	4	4	5	5	4	2
E60	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E61	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5
E62	3	2	4	4	4	5	5	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5
E63	3	3	3	4	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5
E64	4	3	2	2	3	4	4	1	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	3	5
E65	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E66	4	3	3	3	3	4	5	2	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
E67	4	3	4	4	4	4	3	3	2	2	3	4	4	3	4	5	4	4	5	3
E68	4	3	3	3	4	4	5	2	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
E69	4	3	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E70	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
E71	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5
E72	4	3	4	4	4	4	5	2	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5
E73	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5
E74	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	5	3	4	3	4	4	5	5	4	5
E75	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5
E76	5	4	4	5	5	5	5	2	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5
E77	5	4	4	5	5	5	5	3	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4
E78	5	4	4	5	5	4	4	2	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5
E79	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5
E80	4	4	5	5	5	4	5	3	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	3	5
E81	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4
E82	5	4	4	5	4	4	4	1	4	3	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5
E83	5	4	4	4	4	4	5	2	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5
E84	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	3	4	4	5	3	4	5	5	4	5
E85	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4
E86	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4
E87	4	5	4	5	4	5	5	1	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4
E88	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
E89	4	5	4	4	5	5	4	2	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5
E90	5	4	4	4	5	4	3	1	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5

E91	5	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
E92	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
E93	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4
E94	4	5	4	5	4	4	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
E95	5	4	5	5	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5
E96	5	4	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5
E97	3	2	3	3	4	4	5	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E98	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5
E99	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
E100	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4

Cuestionario aplicado a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima

ENCUESTADOS	ÍTEMS																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
E1	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
E2	3	2	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3
E3	5	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4
E4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5
E5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	4	3	4	5	3	2	1	3
E6	5	2	3	4	5	3	5	3	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5
E7	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
E8	4	4	5	4	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4
E9	4	4	4	5	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3
E10	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4
E11	4	3	3	3	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E12	3	4	3	4	2	2	1	3	1	1	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4
E13	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
E14	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
E15	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
E16	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
E17	4	3	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E18	4	4	3	4	3	4	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
E19	3	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4
E20	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E21	4	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
E22	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
E23	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
E24	5	4	4	3	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E25	4	4	5	4	4	5	5	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E26	5	4	4	5	4	5	5	2	3	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5
E27	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
E28	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5

E29	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4
E30	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5
E31	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4
E32	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5
E33	4	2	3	4	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
E34	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5
E35	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5
E36	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5
E37	4	4	5	4	4	5	5	2	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4
E38	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
E39	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E40	5	5	5	4	4	5	5	3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
E41	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5
E42	4	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4
E43	4	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4
E44	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4
E45	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5
E46	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	5	5
E47	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4
E48	4	3	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
E49	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5
E50	5	4	3	4	4	5	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5
E51	4	5	5	4	4	4	4	2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5

ANEXO V: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Validación de instrumento aplicado a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres: Mag. Luis Enrique Elías Villanueva
- 1.2 Cargo e Institución donde labora: Docente de Ciencias de la Comunicación - USMP – Lima
- 1.3 Nombre del Instrumento Motivo de evaluación: **Cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.**
- 1.4 Investigadora: Cynthia Pilar Ruiz Alcántara

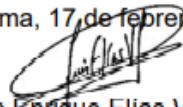
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				80%	
2. OBJETIVIDAD	Está expresada en conducta observada.				80%	
3. ACTUALIDAD	Adecuada al avance de la ciencia y tecnología de las relaciones públicas.					85%
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					90%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y claridad					95%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y el desarrollo de capacidades cognoscitivas de las relaciones públicas.				80%	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos de las relaciones públicas					90%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					95%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					95%

II. OPINION DE APLICABILIDAD:

Le sugiero que las opciones de respuesta tengan 5 niveles. Nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 88%

Lima, 17 de febrero de 2022


Mag. Luis Enrique Elías Villanueva

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres: Mag. Julio César Arce Arias
- 1.2 Cargo e Institución donde labora: Docente de Ciencias de la Comunicación - USMP – Lima
- 1.3 Nombre del Instrumento Motivo de evaluación: **Cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.**
- 1.4 Investigadora: Cynthia Pilar Ruiz Alcántara

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				80	
2. OBJETIVIDAD	Está expresada en conducta observada.				80	
3. ACTUALIDAD	Adecuada al avance de la ciencia y tecnología de las relaciones públicas.				75	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				80	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y claridad				80	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y el desarrollo de capacidades cognitivas de las relaciones públicas.				80	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos de las relaciones públicas				80	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				80	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				80	

II. OPINION DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80

Lima, 17 de febrero de 2022


 Mag. Julio César Arce Arias

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres: Mag. César Andre Orihuela Mongrut
- 1.2 Cargo e Institución donde labora: Docente de Ciencias de la Comunicación – UTP – Lima
- 1.3 Nombre del Instrumento Motivo de evaluación: **Cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.**
- 1.4 Investigadora: Cynthia Pilar Ruiz Alcántara

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					x
2. OBJETIVIDAD	Está expresada en conducta observada.					x
3. ACTUALIDAD	Adecuada al avance de la ciencia y tecnología de las relaciones públicas.					x
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					x
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y claridad					x
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y el desarrollo de capacidades cognitivas de las relaciones públicas.					x
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos de las relaciones públicas					x
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					x
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					x

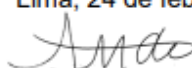
II. OPINION DE APLICABILIDAD:

Listo para aplicar

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

96

Lima, 24 de febrero de 2022


 Mag. César Andre Orihuela Mongrut

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO
I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres: Mag. David Guillermo Franco Canaval
- 1.2 Cargo e Institución donde labora:
- 1.3 Nombre del Instrumento Motivo de evaluación: **Cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.**
- 1.4 Investigadora: Cynthia Pilar Ruiz Alcántara

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					94
2. OBJETIVIDAD	Está expresada en conducta observada.					92
3. ACTUALIDAD	Adecuada al avance de la ciencia y tecnología de las relaciones públicas.					95
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					92
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y claridad					98
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y el desarrollo de capacidades cognitivas de las relaciones públicas.					97
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos de las relaciones públicas					96
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					93
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					95

95

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

94.7

Lima, 26 de abril de 2022



Mag. David Guillermo Franco Canaval

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres: Dr. Miguel Valdez Orriaga
- 1.2 Cargo e Institución donde labora: Director-Fundador de Valdez Asesorías
- 1.3 Nombre del Instrumento Motivo de evaluación: **Cuestionario a los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.**
- 1.4 Investigadora: Cynthia Pilar Ruiz Alcántara

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					x
2. OBJETIVIDAD	Está expresada en conducta observada.					x
3. ACTUALIDAD	Adecuada al avance de la ciencia y tecnología de las relaciones públicas.					x
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					x
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y claridad					x
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y el desarrollo de capacidades cognitivas de las relaciones públicas.					x
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos de las relaciones públicas					x
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					x
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					x

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El cuestionario cumple con los indicadores y criterios de evaluación, sin embargo, debe corregir las preguntas 11 y 12 de ambos cuestionarios debido a que hablan de trabajo en equipo, mientras que el indicador se refiere a grupos de trabajo. Son conceptos distintos.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95%

Lima, 12 de abril de 2022



Dr. Miguel Valdez Orriaga

Validación de instrumento aplicado a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

IV. DATOS GENERALES

- 4.1 Apellidos y nombres: Mag. Luis Enrique Elías Villanueva
- 4.2 Cargo e Institución donde labora: Docente de Ciencias de la Comunicación - USMP – Lima
- 4.3 Nombre del Instrumento Motivo de evaluación: **Cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.**
- 4.4 Investigadora: Cynthia Pilar Ruiz Alcántara

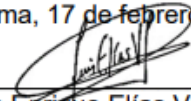
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				80%	
2. OBJETIVIDAD	Está expresada en conducta observada.				80%	
3. ACTUALIDAD	Adecuada al avance de la ciencia y tecnología de las relaciones públicas.					85%
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					90%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y claridad					95%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y el desarrollo de capacidades cognoscitivas de las relaciones públicas.				80%	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos de las relaciones públicas					90%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					95%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					95%

V. OPINION DE APLICABILIDAD:

Evalúe con sus asesor las correcciones a ciertos términos o aspectos que pueden o no ser conocidos por los encuestados.

VI. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 88%

Lima, 17 de febrero de 2022


 Mag. Luis Enrique Elías Villanueva

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

IV. DATOS GENERALES

- 4.1 Apellidos y nombres: Mag. Julio César Arce Arias
- 4.2 Cargo e Institución donde labora: Docente de Ciencias de la Comunicación - USMP – Lima
- 4.3 Nombre del Instrumento Motivo de evaluación: **Cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.**
- 4.4 Investigadora: Cynthia Pilar Ruiz Alcántara

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				80	
2. OBJETIVIDAD	Está expresada en conducta observada.				80	
3. ACTUALIDAD	Adecuada al avance de la ciencia y tecnología de las relaciones públicas.				75	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				80	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y claridad				80	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y el desarrollo de capacidades cognitivas de las relaciones públicas.				80	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos de las relaciones públicas				80	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				80	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				80	

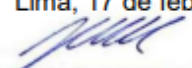
V. OPINION DE APLICABILIDAD:

_____ El documento puede ser aplicado tal cual está presentado.

VI. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80

Lima, 17 de febrero de 2022



 Mag. Julio César Arce Arias

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

IV. DATOS GENERALES

- 4.1 Apellidos y nombres: Mag. César Andre Orihuela Mongrut
- 4.2 Cargo e Institución donde labora: Docente de Ciencias de la Comunicación - UTP – Lima
- 4.3 Nombre del Instrumento Motivo de evaluación: **Cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.**
- 4.4 Investigadora: Cynthia Pilar Ruiz Alcántara

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresada en conducta observada.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuada al avance de la ciencia y tecnología de las relaciones públicas.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y claridad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y el desarrollo de capacidades cognoscitivas de las relaciones públicas.					X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos de las relaciones públicas					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X


V. OPINION DE APLICABILIDAD:

Listo para aplicar

VI. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

96

Lima, 24 de febrero de 2022


 Mag. César Andre Orihuela Mongrut

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

IV. DATOS GENERALES

- 4.1 Apellidos y nombres: Mag. David Guillermo Franco Canaval
- 4.2 Cargo e Institución donde labora:
- 4.3 Nombre del Instrumento Motivo de evaluación: **Cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.**
- 4.4 Investigadora: Cynthia Pilar Ruiz Alcántara

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					95
2. OBJETIVIDAD	Está expresada en conducta observada.					95
3. ACTUALIDAD	Adecuada al avance de la ciencia y tecnología de las relaciones públicas.					97
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					98
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y claridad					97
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y el desarrollo de capacidades cognoscitivas de las relaciones públicas.					96
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos de las relaciones públicas					98
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					96
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					95

V. OPINION DE APLICABILIDAD:

VI. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 96.3

Lima, 12 de abril de 2022



Mag. David Guillermo Franco Canaval

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

IV. DATOS GENERALES

- 4.1 Apellidos y nombres: Dr. Miguel Valdez Orriaga
- 4.2 Cargo e Institución donde labora: Director-Fundador de Valdez Asesorías
- 4.3 Nombre del Instrumento Motivo de evaluación: **Cuestionario a las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Barranca – Lima.**
- 4.4 Investigadora: Cynthia Pilar Ruiz Alcántara

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresada en conducta observada.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuada al avance de la ciencia y tecnología de las relaciones públicas.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y claridad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y el desarrollo de capacidades cognitivas de las relaciones públicas.					X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos de las relaciones públicas					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X

V. OPINION DE APLICABILIDAD:

El cuestionario cumple con los indicadores y criterios de evaluación, sin embargo, debe corregir las preguntas 11 y 12 de ambos cuestionarios debido a que hablan de trabajo en equipo, mientras que el indicador se refiere a grupos de trabajo. Son conceptos distintos

VI. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95%

Lima, 12 de abril de 2022



Dr. Miguel Valdez Orriaga

ANEXO VI: AUTORIZACIÓN PARA APLICACIÓN DE INSTRUMENTO



"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Barranca, 07 de Febrero del 2022.

OFICIO N° 033-2022-AL/RRZS-MPB

Señorita.

CYNTHIA PILAR RUIZ ALCÁNTARA

Presente

ASUNTO : AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE NOMBRE Y APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE BARRANCA EN TESIS DE GRADO

REFERENCIA: 0323-2022-08-0000047

De mi especial consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y en mi calidad de Alcalde de la Municipalidad Provincial de Barranca manifestarle lo siguiente:

Que, habiendo recibido el documento de la referencia le informamos que estamos prestos a brindarle la autorización y apoyo correspondiente por parte de la Municipalidad Provincial de Barranca, de mi persona y funcionarios a cargo, para la realización de su estudio de investigación de tesis de grado con fines académicos.

Sin otro particular, me despido deseándole éxitos en su camino profesional, expresándole mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE BARRANCA
Ricardo R. Zender Sanchez
ALCALDE PROVINCIAL