



Tema: “Las TICSy su impacto en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, Octubre 2015”

Autor: Bach. Eduardo Cáceres Torres

---

## **DEDICATORIA.**

La presente tesis está dedicadaa mis padres y familia quienes fueron la razón para que siga perseverando.



## **AGRADECIMIENTO**

*Mi más profundo agradecimiento a la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima y a cada uno de mis profesores y asesores de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Alas Peruanas quienes me orientaron en los diferentes procesos de la elaboración de esta tesis.*

## ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria.	1.
Agradecimiento.	2.
ÍNDICE.	
INTRODUCCIÓN.	7.
RESUMEN.	8.
<b>CAPÍTULO I:</b>	
<b>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.</b>	
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	
1.1. DIAGNÓSTICO.....	10.
1.2. PRONÓSTICO.....	10.
1.3. CONTROL DE PRONÓSTICO.....	11.
2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	
2.1. PROBLEMA GENERAL.....	12.
2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.....	12.
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.	
3.1. OBJETIVO GENERAL.....	12.
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12.
4. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN.	
4.1. HIPÓTESIS GENERAL.....	13.
4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.....	13.

---

5.	VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.	
5.1.	VARIABLE INDEPENDIENTE.....	14.
5.2.	VARIABLE DEPENDIENTE.....	14.
6.	CATEGORÍAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	14.
7.	INDICADORES DE LA INVESTIGACIÓN.....	14.
8.	LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	14.
9.	FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	16.
10.	IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	16.

## **CAPÍTULO II:**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **DE LA INVESTIGACIÓN.**

1.	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.	
1.1.	Tesis.....	17.
1.2.	Libros.....	22.
1.3.	Internet.....	24.
2.	BASES TEÓRICAS.	
2.1.	LA COMUNICACIÓN	
2.1.1.	Tipos de comunicación.....	33.
2.2.	LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	
2.2.1.	comunicación interna .....	36.
2.2.2.	Flujos de comunicación organizacional.....	38.
2.2.3.	La importancia de los empleados en la organización.....	41.
2.3.	TEORÍA DE LAS ORGANIZACIONES.	
2.3.1.	Escuela Clásica o de Administración Científica.....	42.
2.3.2.	Escuela de Relaciones Humanas o Humanística.....	43.
2.3.3.	Escuela de los Sistemas Sociales.....	44.
2.3.4.	Modelo de la Comunicación Humana.....	45.

2.4.	Tecnologías de la Información y Comunicación - TIC	
2.4.1.	TIC en las Organizaciones.....	47.
2.4.2.	Impacto de las TIC en la comunicación interna.....	49.
2.5.	SOPORTES TECNOLOGICOS DE LA COMUNICACIÓN	
2.5.1.	Internet.....	50.
2.5.2.	Interactividad.....	50.
2.5.3.	Correo electrónico.....	51.
2.5.4.	intranet.....	52.
	a) ventajas del intranet.....	53.
	b) impacto de intranet en la comunicación interna.....	54.
2.6.	La comunicación estratégica	
2.6.1.	Definición de comunicación estratégica.....	56.
2.6.2.	Características de la comunicación estratégica.....	56.
2.6.3.	Importancia de la comunicación estratégica.....	58.
2.6.4.	Procesos de la comunicación estratégica.....	58.
2.5.5.	Modelo de plan de comunicación estratégica.....	59.
2.7.	Gerencia de Desarrollo Social – Municipalidad de Lima	
2.7.1.	Organigrama.....	63.
2.7.2.	Programas GDS – MML.....	64.
2.7.3.	servicios de la GDS – MML.....	65.
3.	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	

**CAPÍTULO III:  
MARCO METODOLÓGICO  
DE LA INVESTIGACIÓN.**

1.	TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.	
1.1.	Tipo de Investigación.....	69.
a)	Nivel de Investigación.....	69.
b)	Diseño de la Investigación.....	69.
2.	POBLACIÓN Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN.	
2.1.	Población de la Investigación.....	70.
3.	RECOLECCIÓN DE DATOS.	
3.1.	Técnicas de Investigación.....	70.
3.2.	Instrumentos de Investigación.....	70.
4.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.....	71.
5.	PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	92.
	CONCLUSIONES.....	93.
	RECOMENDACIONES.....	94.
	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	95.
	ANEXOS.....	105.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación surge de la observación al identificar las características de las TICS en la comunicación interna de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima – GDS

En el Perú, la modernización de la gestión pública se encuentra muy vinculada al uso de las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TICs) como un medio para el logro de sus objetivos. Una de las principales deficiencias de la gestión pública es la carencia y falta de planificación en la gestión de las TIC, lo cual impacta en el servicio final que se brinda al ciudadano.

En esta investigación se analizará el uso de las TIC en el proceso de la comunicación interna, como herramientas para realizar las funciones diarias y ventajas de las mismas a fin de evidenciar oportunidades para la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima (GDS).

El objetivo principal de este estudio es determinar cómo las TICS impactan en la comunicación interna de la Gerencia de Desarrollo Social (GDS). Debido que actualmente no se considera las TICS como una herramienta importante para llegar a los objetivos, recaudar información importante y resolver posibles conflictos.

Finalmente, se darán algunas recomendaciones para mejorar el uso de las TIC como estrategia de comunicación interna de la GDS.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación consiste en la descripción y análisis de las TIC en la Comunicación Interna de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad Metropolitana de Lima.

La investigación se realizó en base a encuestas, entrevistas, recopilación de información y a la observación del investigador, obteniendo información de diversas fuentes, encuestas y la intranet de la Municipalidad de Lima.

Actualmente, los espacios virtuales promovidos desde la administración pública tienen características de comunicación informativa y de recepción antes que dialógica porque sólo permiten la interacción sobre temas que son propuestos por los jefes o la administración. Por ello, el uso de las TIC permite generar espacios virtuales de comunicación para que los trabajadores tengan una participación de nivel informativo y consultivo en sus áreas.

En esta investigación, se expondrá el planteamiento del problema, lo que conlleva a la generación de objetivos y propuestas de hipótesis, las mismas que se enriquecerán con un marco teórico, y validadas con los instrumentos seleccionados, para exponer, finalmente, las conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO I:**

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación han transformado nuestra manera de trabajar, son un elemento clave para hacer que nuestro trabajo sea más productivo: agilizando las comunicaciones, fortaleciendo el trabajo en equipo y una mayor eficacia en las coordinaciones entre las diferentes áreas de la empresa o institución.

La presente investigación se realizará analizando el caso de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad Metropolitana de Lima, en adelante GDS. En esta unidad, las herramientas de comunicación digital son limitadas, inclusive, para uso exclusivo de determinadas áreas de la Gerencia Municipal.

La GDS debería analizar los procesos de comunicación y fortalecer el uso de las TIC con el fin de optimizar la comunicación interna, aumentando así la productividad de sus trabajadores y mejorar

los tiempos de respuesta y coordinación. Siendo un elemento clave para realizar un trabajo más productivo, agilizando las comunicaciones y el trabajo en equipo.

### **1.1. DIAGNÓSTICO.**

En el año 2015, identificamos que la comunicación interna de la Gerencia de Desarrollo Social (GDS) había poco uso de las TICs, esto se veía afectado en la comunicación entre sus áreas y trabajadores.

Las empresas y algunas instituciones se preocupan mucho por el uso de las TICs dentro de sus centros laborales, debido a que impacta e influye en la comunicación y desempeño de sus trabajadores

Las TICs es un tema de gran importancia para aquellas instituciones que buscan un continuo mejoramiento en su comunicación interna, para aumentar su productividad y construir un buen equipo de trabajo.

Lo más óptimo es evitar las crisis, fomentando la comunicación y la innovación gracias al equipo de trabajo, haciendo uso de las TICs como un espacio virtual para generar una participación entre sus áreas.

### **1.2. PRONÓSTICO.**

De continuar la situación descrita anteriormente, menguará, aún más la comunicación interna de la Gerencia de Desarrollo Social, se acrecentará la falta de interés hacia los empleados, así como de un clima laboral hostil, lo que provocará una comunicación interna más deficiente, pudiendo ocasionar daños en la imagen de la institución.

Esta carencia de comunicación interna y la falta de capacitación de las TICs afecta directamente en la identificación oportunidades y necesidades que tiene la institución.

El uso de las TIC en la Gerencia de Desarrollo Social permitiría generar espacios virtuales con condiciones de comunicación para que los trabajadores tengan una participación de nivel consultivo en sus áreas y generar innovación en la institución.

### **1.3. CONTROL DE PRONÓSTICO.**

A efectos de evitar lo previsto en el pronóstico, se tendrá que tomar ciertas medidas con el fin de generar espacios virtuales con condiciones de comunicación para fortalecer la participación de los trabajadores, obteniendo así una participación de nivel informativo y consultivo en sus áreas. Algunas de estas medidas están vinculadas a la implementación del uso de las TIC como Plan de Comunicación Estratégica Interna.

Es necesario efectuar reuniones periódicas a través del video conferencia con los miembros de cada área a fin de conocer cuáles son las necesidades y oportunidades, con el fin de plantear objetivos y responder inquietudes. En esta línea, el organizar talleres de capacitación laboral, mediante video conferencias, correo electrónico e intranet para la formación de los colaboradores acerca del uso adecuado y beneficios de las TICs.

## **2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

### **2.1. PROBLEMA GENERAL.**

¿De qué manera las TICS impactan directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015?

### **2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.**

2.2.1. ¿De qué manera la información del intranet impacta directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015?

2.2.2. ¿De qué manera el correo electrónico impacta directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015?

## **3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **3.1. OBJETIVO GENERAL.**

Analizar y describir cómo las TICS impactan directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015.

### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

3.2.1. Analizar y describir cómo la información del intranet impacta directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015.

3.2.2. Analizar y describir cómo el correo electrónico impacta directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015.

## **4. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **4.1. HIPÓTESIS GENERAL.**

Las TICS impactarían directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015.

### **4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.**

4.2.1. La información del intranet impactaría directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015.

4.2.2. El correo electrónico impactaría directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015.

## **5. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE.**

TICS

### **5.2. VARIABLE DEPENDIENTE.**

La comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015.

## **6. CATEGORÍAS DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **6.1. INTRANET**

### **6.2. CORREO ELECTRONICO**

## **7. INDICADORES DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **7.1. INDICADORES DE LAS CATEGORÍAS:**

#### **7.1.1. Intranet**

Accesibilidad

Información de interés (contenido)

#### **7.1.2. Correo electrónico**

Interacción

Proximidad

## **8. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.**

Las limitaciones por las que atravesó la presente Investigación fueron:

### **8.1. LIMITACIONES TEMPORALES.**

Actualmente el investigador cuenta con la disponibilidad de tiempo para realizar la investigación.

### **8.2. LIMITACION CREMATÍSTICA.**

El investigador contó con los medios económicos necesarios para la realización de la presente investigación.

### **8.3. LIMITACION ACCESITARIA.**

Actualmente, el investigador ya no labora en la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima. Por ello la recopilación de datos se dificulta por los trámites para los permisos de la investigación.

### **8.4. FACTIBILIDAD TECNOLÓGICA.**

Se contó con los equipos necesarios para poder realizar un trabajo de acuerdo a lo esperado.

### **8.5. FACTIBILIDADASESORAL.**

Se contó con el compromiso del Dr. Luis Francisco Vivanco, quien estuvo dispuesto a brindar sus conocimientos para la elaboración de la tesis. Asimismo, la asesora metodológica, Eliana Novoa, por su apoyo en esta investigación.

## **9. FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.**

La presente Investigación fue posible de ser realizada por las siguientes factibilidades:

### **9.1. FACTIBILIDAD ACCESITARIA.**

Se tuvo acceso a la diversidad de fuentes de información tales como tesis en la UAP.

### **9.2. FACTIBILIDADASESORAL.**

Agradecido del catedrático Luis Francisco Vivanco por su practicidad en desarrollar los temas y encontrar de manera inmediata solución a los inconvenientes que se tenía con la tesis.

## **10. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.**

La presente Investigación es importante porque sus resultados permiten:

- 10.1.** Conocer cómo las TIC impactan directamente en la comunicación interna de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima.
- 10.2.** Conocer cómo la falta del buen uso de las TIC en los trabajadores influye en el desempeño de los mismos.
- 10.3.** Búsqueda de soluciones comunicacionales a través de las TIC, pero no de una visión tecnológica sino de técnicas a partir de los fundamentos de las ciencias de la comunicación.

## CAPÍTULO II:

### MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.

##### 1.1. Tesis.

##### 1.1.1 FERNÁNDEZ BELTRÁN, Francisco

**2015**

***Gestión de la nueva comunicación interna. Análisis de la aplicación de las tecnologías de la información en los procesos de comunicación interna de las universidades de la comunidad Valenciana.*** Madrid. España. 583 hojas. Tesis doctoral. Departamento de Filosofía, Sociología y Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universitat Jaume I.

El presente Tesis pretende analizar la influencia de las TIC en la comunicación interna a partir de su estudio de universidades de la comunidad valenciana, el uso de las TIC y particularmente de los portales corporativos están llamados a representar el corazón del nuevo sistema de comunicación interna en las organizaciones modernas.

Buscando evidenciar que la comunicación a través de las TIC presenta sustanciales ventajas en las nuevas organizaciones a través de la implementación de portales corporativos, intranet, e-learning para el proceso formativo, de enseñanza y aprendizaje.

Lo asocio a la presente investigación como un modelo eficaz en la gestión de las universidades puede llegar a ser usada en otras organizaciones como son las municipalidades. Por ello las TICs suponen un cambio sustancial en la forma de entender la comunicación interna en las organizaciones, tanto por la influencia directa sobre la gestión, sobre la cultura corporativa y sobre la comunicación externa de las mismas. Para constituir las TICs en nuevos canales de relación con y entre los públicos internos.

### 1.1.2 NEWELL CARPIO, Tanya

**2015**

***Programa de master en dirección estratégica del factor humano.*** Lima. Perú. 80 hojas. Para obtener el grado de Master en Dirección Estratégica del Factor Humano. Ciencias de la Comunicación. Escuela de Post grado Universidad de Ciencias Aplicadas UPC.

El presente trabajo reta a las empresas a ir más allá del típico modelo presencial, evaluando otras modalidades. Propone una herramienta de *sociallearning* 2.0 ofreciendo espacios colaborativos de construcción de aprendizajes en un contexto *on-line* que logra romper las barreras de tiempo y espacio. Todo ello contribuye a mejorar su desempeño y por lo tanto conlleva a que naturalmente la empresa tenga

mejores resultados. Por ello que la capacitación se vuelve una aliada estratégica.

La investigación se relaciona con esta tesis porque toma en cuenta que el objetivo es contribuir con el modelo de social *learning* 2.0 puede incentivar, a los trabajadores de la GDS, siendo un medio idóneo para potenciar el aprendizaje de las TIC y herramienta para la capacitación constante. Fortaleciendo así la comunicación entre el personal.

### 1.1.3 ZACARIAS CASIQUE, Carlos.

**2011.**

***Desarrollo de mensajes y el tono de voz en la implementación de campañas de comunicación interna de Atento en Perú.*** Lima, Perú. 124 hojas. Informe Profesional presentado para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM). Facultad de Letras y Ciencias Humanas. Escuela Académico-Profesional de Comunicación Social.

El presente trabajo tiene como objetivo conocer cómo se desarrolla la gestión de comunicación interna en la compañía atento Perú. Demostrando como difundir el mensaje a través de los medios de comunicación interna como son la intranet, revista corporativa, correos electrónicos o más conocidos como *mailling*.

Desarrollando los mensajes dirigidos a los colaboradores según factores fundamentales como son los lineamientos de

la empresa o institución (los valores). Permitiendo definir un uso del lenguaje para la interpretación de los objetivos de la compañía.

Manteniendo una sólida imagen institucional interna, logrando la motivación y fidelización de los colaboradores, generando así un buen clima laboral y comunicar adecuadamente los mensajes. Todo ello contribuye a asegurar una mejor productividad y crecimiento del negocio.

#### **1.1.4 ALIAGA CARRIÓN, Karin**

**2011**

***Relación entre el uso de las TIC en el aprendizaje y el rendimiento académico en los alumnos del Cuarto grado de educación secundaria del año 2010 de la Institución Educativa “3014 Leoncio Prado”, del distrito del Rímac – Lima.*** Lima. Perú. 92 hojas. Para optar el título de licenciado en Educación. UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS (UAP). Facultad de Ciencias de la Comunicación y Humanidades.

El presente estudio tiene como propósito demostrar la asociación positiva de las TIC y el rendimiento académico en los alumnos del cuarto grado de secundaria de la Institución educativa 304 Leoncio Prado.

Utilizando las TIC como instrumento mediador de la interacción entre los estudiantes y los contenidos, desde un punto de vista tecnológico y didáctico. Permitiendo buscar, explorar y seleccionar contenidos de aprendizaje relevantes, facilitando el acceso de los contenidos a los profesores y estudiantes.

Nos recomienda también la importancia de las capacitaciones y evaluaciones a los maestros y estudiantes para realizar el seguimiento de la participación de los estudiantes con el fin de generar retroalimentación.

## 1.2. Libros.

### a. QUIROZ, María Teresa

**2004**     ***Jóvenes e Internet entre el pensar y el sentir.***  
Lima, Perú. 246. Universidad de Lima – Fondo de Desarrollo Editorial

Este libro busca precisar la medida en que el uso de las tecnologías predispone o moldea los aspectos cognitivos de los jóvenes. Hoy en día estamos en la era de la inteligencia interconectada, es por ello que el procesamiento digital de la información permite una producción diferenciada.

Las redes de comunicación se caracterizan por su descentralización a diferencia a los medios de comunicación de masas. Más que una tecnología es un medio de comunicación de interacción.

La investigación se relaciona con esta tesis porque las Tecnología de información y comunicación constituye un vehículo de intercambio social y de pensamiento. Fortaleciendo así la interactividad y la comunicación en la institución.

**b. Guía de clase de Nuevas Tecnologías de la información. Master en Dirección de Comunicación Empresarial.**  
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – UPC. Lima, Perú. 86 hojas.

Este libro complementa desde otra perspectiva el desarrollo de la sociedad de la información y las nuevas tecnologías de la información imponiendo una nueva cultura, transformando así los modos de relacionarnos, informarnos y educarnos. Permiten integrar diferentes formas de presentar la información y poder generar interacción.

Señala que las empresas deben tener un medio de comunicación propio y éste debe tener tres soportes: uno técnico; uno de continuidad (que asegure la calidad de la información, su actualidad y exactitud); y un último de tipo editorial, que determine su línea ideológica

La investigación se relaciona con esta tesisya que el uso de la intranet y TIC son una pieza clave del nuevo sistema de comunicación interna, con el fin de incrementar la productividad a través de un mejor acceso a la información, fomentando la colaboración en la empresa y siendo también un instrumento de beneficio para la cultura corporativa, dando asíla posibilidad de un mayor contacto con los directivos y empleados.

### c. Daniel Goleman

**2010**     ***La inteligencia emocional en la empresa.***Rústica Hilo. Madrid, España. 299.

Daniel Goleman realiza una profunda investigación acerca del concepto de inteligencia emocional aplicado al trabajo y demuestra que quienes alcanzan altos niveles dentro de las organizaciones poseen un gran control de sus emociones. Saben trabajar en equipo, tienen iniciativa y logran influir en los estados de ánimo de sus compañeros.

El progreso de las empresas y de los individuos que las componen dependerá cada vez más de la inteligencia emocional. Las capacidades las habilidades para trabajar en equipo y la nueva empresa organizada con inteligencia emocional. Demuestra la importancia de adaptarse a las nuevas condiciones en las empresas modernas.

### d. DEL POZO LITE, Marisa

**2000** ***Gestión de la Comunicación Interna en las Organizaciones: Casos de empresa.*** España. 137. EUNSA. 1° edición.

Este libro aborda el complejo entramado de relaciones que existe detrás de toda organización empresarial y, da a conocer la importancia en una

cultura empresarial donde los términos de competitividad, eficacia y beneficio son pilares de la empresa.

### 1.3 Internet.

#### a) **PASTOR CARRASCO, CARLOS. “las TIC y la brecha digital: su impacto en la sociedad del conocimiento del Perú”. 2008**

El presente artículo señala que las nuevas tecnologías de la información y comunicación - TIC potencian la sinergia entre conocimiento e innovación. Es por ello que el país que más se invierta en sus recursos humanos, mayor será su dominio sobre las nuevas tecnologías y mayor su capacidad de innovar.

Desde 1969 según investigadores estimaban que la sociedad del conocimiento en el futuro iba ser la riqueza de una nación. Dependiendo más de su capacidad de producir, intercambiar y transformar conocimientos.

Pero en el Perú algunos tienen acceso a un ancho de banda cada vez mayor y podrán usar servicios multimedia interactivos avanzados mientras que otros estarán limitados. Actualmente la brecha digital que existe tiene dos dimensiones: extensión (acceso) y profundidad (calidad de acceso). El problema crece al interior del país rezagando y marcando una desigualdad en el desarrollo de las TIC.

Disponible en:

<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/qui/qui/article/view/5276>

Consultado en Noviembre 2015

**b) BASSOLASCO AKAY, MARIO. “Las TIC y la Comunicación Interna: Gestionando una Intranet Corporativa”. 2011.**

Este artículo virtual señala como el uso de la estrategia del B2E (*business to employee* - empresa a empleado) tiene el objetivo de revolucionar la interacción entre las organizaciones empleados. Los empleados se alinean a la estrategia de *marketing* de la empresa y se genera compromiso.

Las ventajas de esta plataforma *B2E* ayuda a la comunicación organizacional de la empresa reduciendo costes y tiempo en actividades burocráticas, mejorando la información interna a empleados, agilizando la integración de nuevos profesionales en la empresa y generando una formación *on-line*.

Por lo tanto se asocia con la presente investigación porque las nuevas tecnologías de la información se utilizan para informar y culturizar. Esta herramienta apuesta por la modernización de la comunicación horizontal y vertical en las empresas, teniendo como meta facilitar la interacción de sus trabajadores buscando una optimización en el uso de la información.

Disponible en:

<http://www.aeic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/225.pdf>

Consultado en Agosto 2015

**c) VERGARA MONCADA, RAÚL. “Uso de las TIC en website la Sunat y aduanas”. 2009**

El proyecto del portal tributario de la Sunat forma parte de la estrategia destinada para facilitar el cumplimiento tributario de los contribuyentes haciendo uso de las Tecnologías de información y Comunicaciones (TIC). Permitiendo realizar trámites administrativos a través de internet y teniendo la posibilidad de hacer consultas personalizadas. El portal ofrece toda la información que se tramita, por ello constituye una fuente de información confiable, actualizada y con cobertura nacional.

El proyecto de uso de las TIC se inicia en un entorno de reforma administrativa que, como herramientas estratégicas, utiliza el desarrollo de un proyecto de modernización de la gestión. En términos generales, el proyecto mejora la comunicación de la Sunat con el contribuyente, optimiza el servicio de orientación y minimiza los gastos y tiempo administrativos. Sustituyendo así la utilización del papel por el uso de un software.

Se asocia con la presente investigación porque hace uso de las TIC como herramientas de información y comunicación confiable. En el caso de la Gerencia de Desarrollo Social las TIC contribuiría al dinamismo de la

comunicación interna a diferencia del caso de la Sunat que enfoca la comunicación a un público externo con el fin de fiscalizar.

Disponible en:

<http://ateneo.unmsm.edu.pe/ateneo/handle/123456789/2947>

- d) **GARCIA CANAL, ESTEBAN. RIALP CRIADO, ALEX. RIALP CRIADO, JOSEP. “Tecnologías de la información y comunicación (tic) y crecimiento de la empresa” 2007.**

Esta publicación es un estudio de casos en compañías españolas. Orientando como el uso estratégico de las TIC mejora la eficiencia de los procesos internos de la empresa. Para ello se trabajó en tres direcciones: *software* (renovación de aplicaciones) *hardware* (renovación de dispositivos: pantallas, pc) y soporte a los usuarios (servicio de atención al usuario).

La inversión en TIC facilita la coordinación entre unidades lo que revierte en una mejora de la eficiencia de los procesos, reforzando el potencial de la empresa si va junto con la estrategia empresarial. La estrategia no solo busca mejorar la eficiencia de las operaciones sino también simplificar la supervisión.

Este trabajo se asocia a la presente investigación porque muestra y valida las ventajas asociadas a las TIC, mejorando la eficiencia interna de la empresa. El hecho de automatizar y de eliminar tareas

administrativas en la oficina permite una mayor fiabilidad y una reducción de los costes de supervisión incentivando así la relación entre los trabajadores. El trabajo muestra que el uso de las TIC no es sustituido sino complementario.

Disponible en:

[http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE\\_838\\_125-145\\_\\_540A95B4C32ABBD592C3B7C9D6A6C4A7.pdf](http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_838_125-145__540A95B4C32ABBD592C3B7C9D6A6C4A7.pdf)

Consultado en Agosto 2015

**a) FUNDACION TELEFONICA ESPAÑA. “La sociedad de la información en España”. 2007**

Este informe recoge una visión de la evolución de la sociedad de la información en España. La adopción de las TIC se ha convertido en elemento clave para el desarrollo social y económico de los países.

Es por ello que el uso de las TIC en las Administraciones Públicas es fundamental para el desarrollo de la Sociedad de la Información ya que actúan como elemento impulsor en la introducción y difusión de las nuevas tecnologías, desarrollando políticas que favorecen el uso de las TIC para tratar de eliminar las barreras que puedan existir.

Se asocia con la presente investigación porque nos recomienda la incorporación de la intranet y la red social corporativa como herramientas diseñadas para el funcionamiento interno de la organización porque resultan de utilidad propiciando así cambios en los

hábitos ya que actualmente se está desarrollando un nuevo estilo de vida digital.

Disponible en:

[http://www.fundaciontelefonica.com/arte\\_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/29/](http://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/29/)

Consultado en octubre 2015

**b) KORNELI Christoph y ENSINCK Oscar “Acciones para una Buena Comunicación de Gobiernos Locales: Manual de Marketing y Comunicación Política” 2008.**

El presente manual de marketing y comunicación política recopila contribuciones orientadas hacia la práctica, en relación con la prestación de servicios públicos, utilizando técnicas para contribuir en la mejora de servicios y gestión de calidad.

La comunicación es elemento clave para la calidad de gestión en la administración pública locales. Es por ello que resultan imprescindibles los mecanismos para que las personas puedan expresar sus necesidades, quejas o sugerencias. En la actualidad el uso de las TICs es una herramienta importante para obtener datos e información para contribuir a la formulación, implementación y evaluación de políticas.

Una de las claves para la modernización del estado debe estar orientada a la incorporación de las nuevas tecnologías para mejorar procesos administrativos, incrementar la productividad, la calidad de los servicios que prestan y perfeccionar los mecanismos de comunicación.

Se asocia a la presente investigación porque la Gerencia de Desarrollo Social es una institución pública que brinda servicios municipales por ello los trabajadores deben estar bien informados para mejorar la comunicación interna y externa para fortalecer la imagen de la institución.

Disponible en:

[http://www.kas.de/wf/doc/kas\\_14903-1522-4-30.pdf?081202134944](http://www.kas.de/wf/doc/kas_14903-1522-4-30.pdf?081202134944)

Consultado en octubre 2015

**c) FORMANCHUCK, Alejandro. “Comunicación interna 2.0 – un desafío cultural” 2010.**

En esta *web side* muestra como las redes sociales y las TIC son importantes siempre y cuando sean bien utilizadas. Las tecnologías no te van a asegurar el éxito de una organización.

Diseñar un plan comunicación interna 2.0 requiere un diseño que no esté centrado en potenciar o multiplicar la capacidad de difusión sino que se enfoque en maximizar la interacción.

También nos explica que el trabajador es el embajador de la marca. Si no hay una cultura corporativa los esfuerzos de los planes de comunicación son en vano ya que si el trabajador tiene la percepción que la empresa donde trabaja no es honesta este va a demostrar esa misma hacia el público.

Disponible en:

<http://formanchuk.com.ar/todosignifica/wp-content/uploads/E-book-Comunicacion-interna-2.0-Un-desafio-cultural-Version-0.1-Formanchuk.pdf>

Consultado en Agosto 2015

#### **d) Proyecto Enlaces (Chile) 2005.**

El proyecto ENLACES busca servir de apoyo a los procesos de enseñanza y aprendizaje, teniendo dos objetivos: utilizar las computadoras e internet como medios para apoyar el aprendizaje y preparar a los jóvenes en el manejo de estas tecnologías.

En este contexto la política pública tiene gran influencia en la generación del acceso a las TIC a través de la integración de tecnologías a escuelas, siendo un mecanismo que permite equiparar las condiciones de acceso a la información en los estudiantes.

Lo relaciono a la investigación ya que las TIC (intranet y el correo electrónico) están en la vida cotidiana de los trabajadores de instituciones públicas pero su uso todavía es bajo a lo esperado por las dificultades técnicas y por la falta de capacitación para acceder a ellas.

Disponible en:

[http://www.enlaces.cl/tp\\_enlaces/portales/tpee371c23bs52/uploadImg/File/libro\\_enlaces.pdf](http://www.enlaces.cl/tp_enlaces/portales/tpee371c23bs52/uploadImg/File/libro_enlaces.pdf)

## **2. BASES TEÓRICAS.**

### **2.1 LA COMUNICACIÓN.**

Gary Kreps “la comunicación es la fuerza social que permite a los individuos trabajar de manera cooperativa hacia el logro de metas mutuamente conocidas” (1995, 7).

El concepto de comunicación se ha ido desarrollando a través de los años. Por ejemplo, Aristóteles defiende que la comunicación radica en la búsqueda de todos los medios de persuasión que estén al alcance. Precisamente, quienes recurrían al arte de la oratoria con el fin de alcanzar un buen nivel de persuasión en el público eran los griegos y los romanos, su propósito al hablar consistía en que el mensaje lograra afectar al receptor.

La comunicación consiste en la transmisión de información, conceptos o significados a través de signos auditivos, visuales, táctiles, olfativos y lingüísticos entre dos o más seres. Sin embargo, para algunos estudiosos el término comunicación se presta a muchas interpretaciones, dando origen a una variedad de conceptos, entre los cuales se puede mencionar a:

- a) **Aristóteles:** Señala que la comunicación, es un proceso donde se utilizan todos los medios de persuasión que se tengan al alcance para hacernos entender.
- b) **Kurt Lewin:** Define el proceso de la comunicación, como un complejo sistema de acciones e interacciones personales y grupales, donde un individuo trasmite un mensaje a otro y éste a su vez responde a otro mensaje, lo que genera un proceso circular y continuo.

“El saber escuchar es una de las habilidades más importantes en el proceso de la comunicación, si se aprende la dinámica de escuchar se pueden prevenir malos entendidos y errores de comunicación, así como, aumentar la capacidad de trabajar más productivamente con los empleados y con las demás personas dentro de las organizaciones” (Barba & Cabrera, 2003).

- c) **David K. Berlo:** Es un proceso mediante el cual un emisor transmite un mensaje a través de un canal hacia un receptor. Según Berlo (1969), citado por el grupo de investigadores conformado por Rivas, Hidalgo y Ramírez (2010), menciona que “(...) nuestro objetivo básico en la comunicación (...) es influir en los demás (...) en resumen, nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente”.

### 2.1.1 Tipos de comunicación

Existen diversos tipos de comunicación. Por ejemplo, la comunicación humana, intrapersonal,

interpersonal, grupal, organizacional, institucional, mercadológica, masiva o de masas, de medios, audiovisual, de prensa, digital, entre otros. No obstante, en todos los tipos del ámbito de acción se

requieren aspectos verbales y no verbales que le competen a la comunicación humana. (Loría, 2011).

Asimismo, si las dos formas de comunicación (verbal y no verbal) expresan lo que se desea transmitir, es importante ser conscientes y asumir el control de lo que se comunica para ser eficaces ya que en este proceso participan no sólo una sino más personas y las situaciones varían de acuerdo al contexto donde se utilice. Referente a esto, Muñoz (2009) señala que:

“Gracias a señas, gestos y miradas, las personas son capaces de transmitir mensajes (emisor), que permiten al receptor saber lo que significan sin ponerse de acuerdo. En este caso, la interpretación de lo que dichas señales pueden significar es altamente dependiente del contexto lingüístico” (Loría, 2011).

Según Del pozo Lite, Marisa “todo mensaje tiene, además del contenido una intencionalidad que se transmiten mediante lenguaje verbal y no verbal”

## **2.2 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.**

Martínez de Velasco y Nosnik, señala que “la comunicación organizacional es el proceso mediante el cual un individuo o una de las subpartes de la organización se ponen en contacto con otro individuo o subparte (...) Esto clarifica el hecho de que la

comunicación es una herramienta de trabajo importante con la cual los individuos pueden entender su papel y se pueden desempeñar de acuerdo con él”(2003:22).

Tiene como objetivo manejar, transmitir y recibir información sobre qué hacer y cómo hacer para que dicha empresa alcance un óptimo desarrollo, pues ayuda al entendimiento, y a que todos sus integrantes cooperen en el crecimiento y desarrollo de las organizaciones.

Goldhaber define la comunicación organizacional como lo que “ocurre dentro de un sistema complejo y abierto que es influenciado por el medio ambiente e influye en él; implica mensajes, flujos, propósitos, dirección y medio empleados...se involucran actitudes, sentimientos, relaciones y habilidades personales” (1984:16).

También se puede decir que es el conjunto de acciones profesionales, que una organización realiza para asentar ciertas percepciones en sus públicos-objetivos y relacionados, en busca de promover la identidad entre sus públicos, obteniendo así una

imagen corporativa positiva, la cual es fundamental para el futuro de la empresa.

Fernández Collado, puntualiza que “la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes

de una organización y los diferentes públicos que tienen en su entorno”. La comunicación se puede dividir en Interna y externa.

La comunicación en las organizaciones es indispensable en cualquier organización, pues por medio de ella, el personal sabe “qué es lo que tiene que hacer, cómo, cuándo, para qué y por qué hacerlo”(Martínez de Velasco y Nosnik, 2003:27)

### **2.2.1 COMUNICACIÓN INTERNA.**

La comunicación interna es una herramienta de gestión que también puede entenderse como una técnica para alcanzar un fin, en donde la prioridad es buscar la eficacia en la recepción y en la comprensión de los mensajes. Es la comunicación dirigida al público interno para generar un entorno productivo armonioso y participativo. Al haber una comunicación interna eficiente se evitan malos entendidos y las tareas establecidas por la organización van a cumplirse de manera efectiva.

“La comunicación interna es el patrón de mensajes compartidos por los miembros de la organización; es la

interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre sus miembros” (Kreep: 1995)

Esta actividad comunicacional particular se realiza dentro de una organización para buscar mantener las buenas y cordiales relaciones entre los miembros de la empresa (directivos y empleados de distinto rango) por

medio de la circulación de mensajes que son creados a través de los distintos medios de comunicación utilizados por ella, con el objetivo de proveer y factibilizar la comunicación, la unión, la motivación y cierta identidad cultural, para así alcanzar las metas establecidas por la corporación.

Según Vilanova “Las empresas deben darle voz a los empleados. Hay que basarse en las personas en los colaboradores en general, no solo en los directivos en particular. Y hacerlo para lograr en ellas identificación”.

(Nuria Vilanova, 2010: 58)

Según Vilanova “La velocidad de acción es clave y prioritaria... Hay que apostar e incorporar las TICs. Los móviles no pueden estar fuera de la estrategia de comunicación interna ni de desarrollo. Debemos ser más ágiles en la aplicación de las nuevas tecnologías, es preciso aprovechar los nuevos medios sociales y el móvil para fidelizar colaboradores, divulgar la estrategia y alcanzar resultados”.

Según Castillo Esparcia, “La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier

organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir al logro de los objetivos organizacionales”

Para que se lleve con éxito, la comunicación interna se debe informar a los trabajadores acerca de todo lo relacionado con su trabajo dentro de la organización, trabajo, horarios, salario, prestaciones, información específica de su trabajo, para saber qué, cómo y cuándo hacerlo: y por último información general de la empresa como misión, visión, filosofía, valores y política.

### **2.2.2 FLUJOS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

Martínez de Velasco y Nosnik indica que la comunicación organizacional “es aquella en donde los mensajes siguen los caminos oficiales dictados por la jerarquía y especificados en el organigrama de la organización. Por regla general, estos mensajes fluyen de manera descendente, ascendente u horizontal” (2003:23)

Para Bertoglio (1975:195) la diferencia entre los dos tipos de comunicación formal e informal es:

#### **a) Comunicación formal.**

La comunicación formal es aquella que está basada en la transmisión de mensajes de acuerdo con algún

criterio establecido por los responsables de la organización, la cual ha sido planeada, aprobada por la dirección y comunicada a todos a través del organigrama, manuales de descripción de cargos, de reglas y procedimientos.

La información que se envía a través de los canales los cuales son formales llevan contenido que se quiere dar a conocer y estos son ordenados por la organización. La información que se da por los canales formales viene de una fuente confiable.

#### **b) Comunicación Informal**

Se denomina comunicación informal a la que surge espontáneamente entre las personas que ocupan cargos en las organizaciones formales, la cual suele expresarse en rumores.

“La comunicación informal es el intercambio de información que se establece entre las personas en una organización, independientemente de los puestos que ocupan en ella. Sin seguir canales establecidos formalmente y cuando se tocan elementos de trabajo sin tener la legitimidad de las autoridades correspondientes en esa área” (Martínez de Velasco y Nosnik, 2003:58).

#### **c) Comunicación descendente.**

“sirve para enviar los mensajes de los superiores a los subordinados. Uno de los propósitos más comunes de estos comunicados es proporcionar las instrucciones

suficientes y específicas de trabajo: quién debe hacer qué, cuándo, cómo, dónde y por qué” (Martínez de Velasco y Nosnik, 2003:23)

La comunicación descendente puede ir dirigida a una receptor, esto se da, cuando se especifica el nombre de la personas o a un grupo en donde no se individualiza.

#### **d) Comunicación ascendente.**

“Es la que va del subordinado hacia los superiores. El principal beneficio de este tipo de comunicación es ser el canal por el cual la administración conoce las opiniones de los subordinados...” (Martínez de Velasco y Nosnik (2003:23)

#### **e) Comunicación Horizontal**

Otro factor importante es la comunicación horizontal. Entre menos niveles jerárquicos existan mayor es la comunicación horizontal.

“La comunicación horizontal es lo que se desarrolla entre personas de un mismo nivel jerárquico en donde los individuos tiene la posibilidad de comunicarse directamente entre sí. Está relacionada con la formación de grupos dentro de una organización” (Martínez de Velasco y Nosnik, 2003:56).

La comunicación horizontal fomenta el compañerismo, evita malos entendidos, enriquece la formación y experiencia de los trabajadores, facilita la

coordinación y propicia el consenso en la toma de decisiones.

El objetivo primordial “es proveer un canal de coordinación y solución de problemas (evitando tener que llegar a consultar a un superior común, con la lentitud que esto acarrearía) además brinda relacionarse con personassimilares en la organización” (Martínez de Velasco y Nosnik, 2003:56).

También estrechar vínculos entre las diferentes áreas y niveles de mando de manera que esta relación sea capaz de “retener a los empleados calificados dentro de la institución”, ofrecer un buen clima laboral y responder a las expectativas e inquietudes de sus integrantes (A. Brandolini)

### **2.2.3 LA IMPORTANCIA DE LOS EMPLEADOS EN LA ORGANIZACIÓN**

Según Ballester Carreton, los empleados son un factor estratégico para el buen funcionamiento de la empresa, puesto que de su trabajo dependerá el nivel global de calidad de los procesos de la organización. Esto repercutirá, de forma determinante, en los estándares de productividad y rendimiento de los empleados (en particular) y de la organización (en general)

Los empleados son Líderes de Opinión para las personas ajenas a la empresa, ya que se suele asumir que los trabajadores conocen mejor la empresa, sus

características, sus productos o servicios, su forma de trabajar, etc., y por ello, su opinión o punto de vista sobre las particularidades de la compañía pueden ejercer una influencia importante en las personas “externas” a la empresa.

De esta manera, se puede observar que los empleados son, por diversos motivos, ya sea a nivel de funcionamiento interno como de vinculación externa, un factor decisivo y, por tanto, estratégico para que la organización pueda desarrollar adecuadamente sus capacidades y llegar a alcanzar sus objetivos.(Ballester Carreton: 2009)

## **2.3 TEORÍA DE LAS ORGANIZACIONES.**

### **2.3.1 Escuela Clásica o de Administración Científica.**

Esta escuela se basaba principalmente en el diseño y la estructura de las organizaciones, más no con los individuos que la integraban. Entre sus principales exponentes encontramos a Max Weber, Frederick Taylor y Henri Fayol.

La teoría clásica se inclina hacia las estructuras piramidales, donde la interacción entre los miembros de la organización no era tomada en cuenta, mientras que los sí los procesos de comunicación vertical - descendente, la centralización en la toma de decisiones, el exceso de reglas y reglamentos. En esta escuela primaba la comunicación formal, de jerarquías, teniendo como

único propósito el de asegurar el cumplimiento de las tareas y el incremento de la eficiencia y productividad.

Frederick Taylor, considerado como el padre de la administración científica, creía que la única forma de motivar a los empleados era en base a recompensas de tipo material. Al punto que aconsejaba a los miembros de la gerencia a que cuando se comunicara con sus empleados lo hiciera poniendo énfasis en las recompensas materiales. Su modelo de comunicación organizacional era lineal y descendente.

El padre de la administración general Henri Fayol, consideraba lo siguiente: debía haber un solo director de área de modo que evitaba distintas interpretaciones de los mensajes recibidos, la comunicación debía estar controlada por un orden jerárquico en la toma de decisiones.

### **2.3.2 Escuela de Relaciones Humanas o Humanística.**

Los principales estudiosos de esta escuela son Elton Mayo, Kurt Lewin, Rensis Likert y Douglas McGregor.

Sus principales autores dicen que la comunicación no es un hecho voluntario, sino que estamos obligados a comunicarnos y no siempre será de forma verbal. Señalan también, que durante el proceso de comunicación se llegan a imponen conductas.

A diferencia de la escuela clásica, la escuela humanista o de relaciones humanas toma en cuenta los sentimientos, actitudes y percepciones de cada uno de los individuos que están dentro de una organización. Es decir, que la producción ya no solo dependía únicamente de la estructura y el diseño de la organización, sino también de las necesidades de los trabajadores y de su impacto en el desempeño laboral.

La escuela humanista buscaba incrementar el interés por los obreros para mejorar la moral y satisfacción de estos. A su vez surgió la comunicación ascendente permitiendo sugerencias de los subordinados a la dirección.

En parámetros generales, la escuela de relaciones humanas ayudó a impulsar la participación de los empleados de niveles más bajos en la toma de decisiones, a una comunicación abierta, a fortalecer la confianza entre los miembros de la organización, a un mayor interés por el desarrollo de los trabajadores, entre otros.

### **2.3.3 Escuela de los Sistemas Sociales.**

La escuela de los sistemas sociales considera a las empresas como unidades que se relacionan entre sí y con el medioambiente, y que forman un sistema, que a la vez pertenece a uno mayor. Señala

que las partes afectan el todo con cada acción impactando o repercutiendo sobre toda la organización.

E. Trist, Daniel Katz y Robert Kahn, concluyen que la meta organizacional sería lograr la

máxima eficiencia del todo, mediante el papel armónico de la comunicación.

Si bien toda empresa u organización tiene múltiples funciones, metas y objetivos, algunos de ellos en conflicto. La función del administrador es buscar un balance óptimo entre los subsistemas.

#### **2.3.4 Modelo de la Comunicación Humana.**

##### ***El modelo de Lasswell***

Este modelo de Lasswell se asemeja a los elementos de comunicación de una organización, pues alguien emite un mensaje hacia alguien con cierto efecto. Esta propuesta de comunicación corporativa está concebida como esferas, ámbitos de acción interconectadas que funcionan como un sistema, es así como alguien (una organización con identidad) genera mensajes a través de su modo de actuar (conducta) que está dirigido hacia sus públicos con el fin de lograr una imagen corporativa positiva.

Lasswell, señaló que las comunicaciones se explica contestando las siguientes preguntas: ¿quién

dice qué?, ¿por qué medio?, ¿a quién? y ¿con qué efecto?

Dentro de una organización la comunicación no solo sirve para dar a conocer las órdenes, tareas o valores, también hace posible que los trabajadores se socialicen e interactúen buscando su propia realización.

***Modelo de Schramm:***

El primer modelo de Schramm se refiere a la comunicación humana interpersonal en el que sus tres elementos cumplen determinadas funciones: la fuente (persona u organización informativa) como comunicador-cifrado, el mensaje como señal y el destino (persona, grupo, auditorio, público, perceptor) como perceptor-descifrador.

Es decir, la fuente emite un mensaje elaborado por el comunicador; el cual es enviado y dirigido hacia un perceptor quien descifra la información, y que a su vez es quien representa el destino del mensaje o de la señal emitida.

Sin embargo, en un segundo postulado, Schramm, añade al proceso de comunicación el “campo de la experiencia”. En el cual tanto la fuente como el destino deben compartir un mismo código e ideología, de modo que el mensaje logre captar la atención del destino.

## **2.4 TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN - TIC**

Manuel Castells define:

(...) si la tecnología de información es el equivalente histórico de lo que supuso la electricidad en la era industrial, en nuestra era podríamos comparar a Internet con la red eléctrica y el motor eléctrico, dada su capacidad para distribuir el poder de la información por todos los ámbitos de la actividad humana”.

Para Castells el problema de la conectividad técnica no es el factor de división social más importante, sino otro aspecto que es la capacidad educativa y cultural de utilizar el internet. Esta mirada explica la desigualdad no solo por asuntos cuantitativos de acceso, sino por el distintivo capital social y cultural de las personas.

Según la UNESCO las TICs constituyen una herramienta decisiva para ayudar a acceder a recursos de conocimiento, compartir conocimiento y resolver problemas complejos. Las TICs también ofrecen novedosas herramientas para representar su conocimiento por medio de texto, imágenes, gráficos y video.

#### **2.4.1 TIC en las Organizaciones**

Las nuevas tecnologías están impactando en todas las organizaciones, e incluso tendrán mayor influencia en el futuro. Han supuesto un impacto relevante en muchos aspectos de las estructuras y procesos organizacionales y también han afectado la forma en que las organizaciones y los empleados se comunican.

Con las nuevas tecnologías, las organizaciones están cambiando de estructuras de mando y control hacia redes de personas conectadas e informadas. El intercambio de conocimientos y de información permite a todos los empleados acceder al conocimiento corporativo (Filipczak, 1996; Marshall, 1999) y facilita la distribución de responsabilidades y decisiones entre todos los niveles de la organización.

Dentro de las organizaciones, las nuevas tecnologías permiten poner en circulación grandes cantidades de información. Esta información debe ser controlada para asegurar que proporciona información precisa y oportuna a la organización y sus empleados (Springston, 2001; O’Kane et al., 2004). Las nuevas tecnologías permiten que la comunicación fluya libremente a través de una organización, más allá de los obstáculos jerárquicos y burocráticos (Samuels, 1997)

Sin embargo, la implementación de las nuevas tecnologías no debe considerarse como la solución a todos los problemas de la comunicación interna. Las organizaciones necesitan reconocer tanto los beneficios como los posibles peligros que estos nuevos medios suponen. O’Kane et al. (2004) afirman que la consideración clave no es qué nueva tecnología implementar, sino cómo utilizarla y combinarla con otros canales de comunicación.

Para analizar la introducción de las TIC hay factores como el grado de conocimiento y habilidades de la población que la usa. Los servicios más populares

son el correo electrónico, la mensajería instantánea y la web.

Para maximizar el impacto de los nuevos medios como herramientas de comunicación, las organizaciones deben desarrollar todas las ventajas de los nuevos medios e integrarlos con los medios tradicionales ya existentes dentro de las estrategias de comunicación interna.

Con las nuevas tecnologías, las organizaciones están cambiando de estructuras de mando y control hacia redes de personas conectadas e informadas (Phillips, 2001; Holtz, 2002) El intercambio de conocimientos y de información permite a todos los empleados acceder al conocimiento corporativo (Filipczak, 1996; Marshall, 1999) y facilita la distribución de responsabilidades y decisiones entre todos los niveles de la organización. De este modo, cada vez más las decisiones se convierten en una responsabilidad de los empleados (Langnau, 2000)

#### **2.4.2 IMPACTO DE LAS TIC EN LA COMUNICACIÓN INTERNA**

Las TIC incrementan la capacidad de almacenamiento y de difusión de la información. Las TIC se caracterizan sobre todo por la descentralización, la deslocalización y la desincronización de actividades.

La implantación progresiva de las tecnologías de la información y la consiguiente creación de nuevos de comunicación en el interior de la organización han abierto oportunidades que todavía no han sido

suficientemente estudiadas ni puestas en práctica -  
Francisco FernandezBeltran - 37

Las TIC modifican el paradigma comunicacional porque generan interacción, que ha permitido la personalización de los contenidos, de manera que la experiencia de cada usuario llega a ser única y en función de sus preferencias generando todo un cambio de mentalidad.

Según Nuria Vilanova La velocidad de acción es clave y prioritaria... Hay que apostar e incorporar las TICs. Los móviles no pueden estar fuera de la estrategia de comunicación interna ni de desarrollo. Debemos ser más ágiles en la aplicación de las nuevas tecnologías, es preciso aprovechar los nuevos medios sociales y el móvil para fidelizar colaboradores, divulgar la estrategia y alcanzar resultados

## **2.5. SOPORTES TECNOLÓGICOS DE LA COMUNICACIÓN**

### **2.5.1 INTERNET**

La historia de internet, como exponente máximo de la revolución digital, se remonta a 1958, cuando los Estados Unidos de América crea la Agencia de Proyectos de investigación Avanzada (ARPA).

“internet transformara al ser humano más que ninguna otra invención tecnológica desde el descubrimiento del fuego”  
Perry Barlow John.

“Internet es la red de redes, es la telaraña mundial de comunicación interactiva entre individuos y organizaciones”  
ManuelCastells.

Al aplicar la tecnología de Internet, las organizaciones han desarrollado distintas herramientas (*intranets, emails, blogs, chats, fórums.*) para actividades de comunicación interna. Estas nuevas herramientas digitales de comunicación están transformando la forma en que la gente obtiene información, se comunica y se involucra en las relaciones dentro de las organizaciones (Springston, 2001)

### **2.5.2 INTERACTIVIDAD**

La interactividad es una de las principales características de Internet y ha sido objeto de un número importante de investigaciones en el campo de la comunicación

Según SheizafRafaeli, en su investigación define a la interactividad como una expresión extensiva que en una serie de intercambios comunicacionales implica que el último mensaje se relaciona con mensajes anteriores a su vez relativos a otros previos. De acuerdo a ello, se puede considerar a la interactividad como un intercambio que permite una comunicación múltiple, ya que en un mismo instante todas las personas conectadas pueden escribir y/o comentar los contenidos

Los empleados ya no son receptores pasivos de información. Se han convertido en sujetos activos del proceso de comunicación, como emisores de información para todos los diferentes niveles de la organización, ya que Internet

facilita el intercambio de información y de opiniones; o como buscadores activos de información, porque Internet ofrece muchas posibilidades de buscar y obtener la información que necesitan (Springston, 2001)

### **2.5.3 CORREO ELECTRÓNICO**

Consiste en una manera rápida de comunicarse mediante ordenadores y en tiempo prácticamente real, permite transportar todo tipo de documentos electrónicos. Para aquellas personas alejadas geográficamente es una herramienta de gestión muy adecuada debido a que su coste es reducido.

### **2.5.4 INTRANET**

Conecta entre sí a todos los trabajadores y empleados de la empresa. Ayuda a crear, compartir y transmitir información para un público cerrado de manera ágil, eficiente y en tiempo real.

Para Ambegaonkar (1997) define a una intranet como una pequeña internet, con la gestión de la información y herramientas de acceso del worldwide web juntos en una organización.

“Facilita compartir información entre las personas y las organizaciones. El acceso rápido a cualquier dato implica un ahorro en los costes y una mejora de la capacidad de gestionar la comunicación en los ámbitos internos”. Álvarez (1995)

“una intranet no es una solución para todos y aplicable de la misma forma a todos los problemas de una organización” Ambegaonkar (1997: 276)

No sólo es necesario disponer de la tecnología sino preparar a los públicos para su uso y fomentar la utilización. La intranet no debe sustituir a las estrategias de comunicación interna sino que es un canal a través del cual circulan las comunicaciones.

Para laBracke y Bluemner (1997), el problema no es la implantación de las tecnologías sino el cambio en la cultura corporativa de las organizaciones.

#### **a) VENTAJAS DEL INTRANET**

Las intranets, como soporte tecnológico al servicio de la comunicación y el funcionamiento de las organizaciones, ofrecen numerosas ventajas frente a cualquier otro sistema para compartir información entre sus miembros, ya que a la reducción de costos, tiempo y esfuerzo que suponen se añade la posibilidad de poder segmentar por niveles o grupos el acceso a determinados tipos de documentos. Se pueden resumir en cinco grandes beneficios: reduce costes, ahorra tiempo, centraliza la información, permite compartir la información interna

La intranet es clave en el nuevo sistema de comunicación interna, incrementa la productividad a través de un mejor acceso a la información, fomentando la colaboración en la empresa siendo un instrumento de

beneficio para la cultura corporativa. Además da coherencia y cohesión a los contenidos, Facilita la actualización de los mismos, también permite segmentar y personalizar la comunicación. Se pueda acceder desde cualquier dispositivo, como el ordenador, pero también una agenda electrónica o el teléfono móvil.

El diseño de una intranet debe establecerse a partir de un trabajo conjunto entre los departamentos de Comunicación y de Informática, de manera que cada uno de ellos aporte los conocimientos específicos que tiene de este medio como punto de partida; es decir, los contenidos y el soporte técnico, respectivamente.

## **b) IMPACTO DE INTRANET EN LA COMUNICACIÓN INTERNA**

La introducción de las tecnologías en las organizaciones ha conllevado una mejora de los procesos de producción y de gestión. Uno de los elementos más novedosos y que aportan mayor mejora en los procesos de comunicación interna son las redes internas de comunicación que se han denominado intranet. Rodríguez (1991:74) (libro: gestión de la comunicación en las organizaciones)

La introducción de la intranet nos permite abrir una serie de acciones para aumentar los flujos de la comunicación de manera cuantitativa y cualitativa, mejorando los objetivos de la comunicación. (Esparcía)

El creciente desarrollo de las nuevas tecnologías (y de Internet en particular) ha tenido un impacto importante en todos los aspectos de la vida organizacional (O'Kane et al., 2004) y ha revolucionado la forma en que las personas y las organizaciones se comunican (Springston, 2001).

En la sociedad de la información, los nuevos medios han transformado a los receptores en protagonistas activos del proceso de la comunicación, bien porque buscan activamente información (el público busca la información dónde y cuándo la necesita) o bien porque activamente distribuyen información como emisores (Clark, 2000; Phillips, 2001; Springston, 2001; Orihuela, 2003).

Este punto es bastante relevante para la comunicación interna, porque los empleados ya no son receptores pasivos de información. Se han convertido en sujetos activos del proceso de comunicación, como emisores de información para todos los diferentes niveles de la organización, ya que Internet facilita el intercambio de información y de opiniones; o como buscadores activos de información, porque Internet ofrece muchas posibilidades de buscar y obtener la información que necesitan (Springston, 2001)

Sin embargo en la actualidad no se están utilizando todas las ventajas que las TIC ofrece como medio de comunicación interactivo. Se debe hacer uso efectivo de las TIC en la comunicación interna al servicio de la organización y de las relaciones con sus públicos internos

Negroponte (1995) indica que, en muchos casos, el uso de los nuevos medios se ha centrado en los aspectos más superficiales y técnicos de la comunicación, en lugar

de centrarse en el contenido y en las necesidades de los usuarios de la información. Las nuevas tecnologías se utilizan en la comunicación interna simplemente como nuevas formas de crear y presentar viejos medios (boletines electrónicos, folletos electrónicos, revistas electrónicas, etc.).

Murgolo-Poore y Pitt (2001) sugiere que los profesionales de la comunicación están utilizando las intranets como herramientas para publicar textos y archivos multimedia. Con las nuevas herramientas digitales, la comunicación interna debe ir más allá de las formas tradicionales de comunicación, y los comunicadores han de desarrollar aplicaciones innovadoras de las nuevas tecnologías para facilitar la comunicación. Incluso cuando las nuevas tecnologías se aplican en todo su potencial, la importancia del elemento humano y de la interacción personal no se puede infravalorar (McDermott, 1999)

## **2.6. LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA**

### **2.6.1 Definición de comunicación estratégica**

Según Garrido, La comunicación estratégica, es una disciplina orientada a mejorar la comunicación en la organización donde ocupa un elemento central en la toma de decisiones pues tiene una visión global que consiste en la planificación previa de los mensajes coherentes a la entidad y de los medios apropiados que van a utilizarse para transmitirlos tanto al interior de la organización como a sus diferentes públicos con intereses diversos con

el fin de persuadirlos a través de la coordinación de todos los recursos comunicacionales internos y externos de la entidad para mejorar el funcionamiento de la relación que tiene la organización con su entorno y así se logren alcanzar los objetivos de la institución generando una imagen que sea válida y permanente en el tiempo.

### **2.6.2 Características de la comunicación estratégica**

Al diseñar las estrategias de comunicación se proyecta el futuro de la organización; por ello, un plan de comunicación estratégica debe ser trabajado con proyección de tiempo imaginando los escenarios, considerando que éstos pueden surgir a corto o a largo plazo y dejando de lado las improvisaciones. Incluso, esta tiene que ver con la capacidad del estratega comunicacional para estar alerta y captar las amenazas y los cambios que condicionarán el futuro del actuar de la organización.

Según Costa (2003), citado por Preciado y Guzmán (2012), indica que “(...) los representantes del área deben participar de forma activa en el diseño de la estrategia global de la organización aportando información útil, fidedigna, obtenida del monitoreo permanente del entorno y del diálogo constante con los grupos de interés de la entidad”. Además, el autor cree que la comunicación en una entidad es estratégica siempre y cuando los objetivos de los programas del área deriven de los que guían la gestión de la organización, es decir, los

objetivos de la estrategia de comunicación deben guardar consonancia con los objetivos de la estrategia global de la entidad o institución, ya sea privada o pública. Por ello la comunicación estratégica se caracteriza también por ser participativa ya que no sólo articula o estructura los objetivos de la organización, sino que participa en el proceso de su establecimiento.

Por otra parte, la decisión es otra característica de la comunicación estratégica ya que al tener varias alternativas de acción se debe decidir qué se va a hacer, pero más aún cómo se logrará aquello y cuál es la mejor vía. Es necesario diferenciar una acción estratégica de una estrategia. La primera representa acciones, decisiones y tácticas; en cambio, la segunda responde a un todo, es la decisión macro.

### **2.6.3 Importancia de la comunicación estratégica**

Riorda (2008) señala que la comunicación estratégica es vista como un modelo en el campo de las organizaciones públicas debido a ciertos beneficios. En primera instancia, permite que la institución trabaje y sea vista como una unidad compuesta de partes que prioriza la relación con su entorno y no se aísla de la sociedad o público al que debe servir con compromiso. A esta idea Tironi, citado por Rivas et al. (2010), agrega que los vínculos que unen a la entidad con su entorno se deben convertir en una relación armoniosa y positiva. Además, la comunicación estratégica hace

proyecciones a largo plazo de las que derivan acciones rápidas evitando así incidir en operaciones y miradas cortoplacistas.

Por lo tanto, la comunicación cumple con un rol estratégico, ya que no sólo se inserta en la estrategia general de la empresa, sino que contribuye a definirla, a impulsarla y a controlarla.

#### **2.6.4 Procesos de la comunicación estratégica**

El proceso o la planificación de la comunicación estratégica consisten en la determinación del camino que se debe recorrer para alcanzar el mejor futuro de la organización. Esto implica llevar a cabo procesos en el que figuran pasos a seguir para lograr los objetivos deseados. En este sentido, se ha considerado algunos modelos de planificación de la comunicación estratégica propuestos por diferentes autores que establecen formatos bien definidos.

#### **2.6.5 Modelo de plan de comunicación estratégica**

El modelo de planificación de la comunicación estratégica, según Pérez (2006), referido en el artículo de investigación “Usos y prácticas de comunicación estratégica en organizaciones públicas y políticas” de la pareja de investigadores Preciado y Guzmán (2010), presenta cuatro procesos: investigación, planificación, evaluación y seguimiento.

## **Investigación**

El fin de la investigación es conocer el entorno en el que opera la organización y, para ello, se utilizan herramientas de análisis que proporcionen información actual acerca de las características del entorno y lo que piensan los públicos que están en él acerca de la organización y lo que esperan de ella; así como, obtener información acerca del trabajo que realiza la entidad y de sus intereses. Este proceso que exige el diálogo con los públicos ayuda a las entidades a aclararse a sí mismas qué son y qué buscan y, de esta manera, reflejar sus aspiraciones en la edificación de un discurso.

Según Preciado & Guzmán (2010). “La comunicación consiste precisamente en analizar los elementos que van surgiendo en el entorno y que puedan implicar en el desarrollo de la estrategia, y visualizar la reacción de los *stakeholders* ante las otras opciones de la estrategia. No obstante, el autor añade que (...) se ocupan de numerosas actividades y dedican muy poco tiempo, o ninguno, a la investigación, al monitoreo del entorno y al seguimiento de información que pueda afectar los intereses de la entidad”.

## **Planificación**

Este proceso permite definir el punto al que se quiere llegar considerando la posibilidad de hacerse ajustes a lo largo del proceso. La planificación exige diseñar herramientas para verificar, a medida que se

desarrolla el programa, si los resultados se acercan o se alejan de lo planificado. En este sentido, es necesario que el plan esté escrito para servir como guía de trabajo a quienes van a ejecutar y hacer el seguimiento, además, se deben articular cada una de las etapas de la planificación proponiendo los mejores contenidos, medios y públicos ceñidos a los objetivos.

### **Ejecución**

En esta tercera fase se pone en marcha el plan de comunicación y cómo realizar este proceso dependerá de las acciones que se hayan consignado en dicho plan. El primer paso en esta etapa consiste en socializar el plan con el personal de la organización que necesita estar comprometido y apoyar para que se ejecute lo programado.

### **Seguimiento y Evaluación**

El seguimiento y la evaluación es la última etapa en el proceso de la comunicación estratégica. Esta fase consiste en medir el cumplimiento de los planes y programas diseñados y ejecutados, así como, el tipo de impacto que tienen éstos en los públicos. Para ello, los profesionales de la comunicación utilizan indicadores de gestión que son la herramienta más recurrida. Estos indicadores permiten replantear objetivos y acciones para lograr las metas propuestas, ya que en el proceso de la ejecución es posible que las acciones no tengan impacto significativo en los públicos. Además, es necesario determinar las variables o los componentes que determinan un concepto (identidad, reputación,

calidad de la comunicación interna) y deben medirse de manera periódica para obtener resultados fidedignos.

## **2.7 GERENCIA DE DESARROLLO SOCIAL – MUNICIPALIDAD DE LIMA**

La Gerencia de Desarrollo Social es el órgano de línea, responsable de la organización y acreditación de los servicios de salud, de la prevención sanitaria; de la certificación sanitaria de las actividades socio económicas; del mejoramiento de la alimentación de la población más vulnerable; de la capacitación laboral para la población necesitada y la promoción del mejoramiento de las condiciones de vida y reinserción social de niños y jóvenes en riesgo, de personas con discapacidad, de adultos mayores, mujeres y familias en situación de pobreza y extrema pobreza.

El primer Complejo Asistencial Infantil Municipal COMAIN LIMA, se empezó a construir durante la gestión del Alcalde Eduardo Orrego Villacorta el año 1983, como respuesta Municipal al problema del abandono y riesgo familiar de niños que se encuentran deambulando por las calles de Lima. Fue inaugurado en octubre de 1983, adoptando el nombre de la “CASA DE LOS PETISOS”.

Ha sido creado hace más de 28 años, atiende a una población infantil de niños de las edades de 10 a 14 años a quienes les ofrecemos los servicios de alimentación diaria Desayuno, Almuerzo, Cena y Adicionales. Así como Lonchera para la Escuela. Son Tallados, Pesados y Controlados en su crecimiento y desarrollo. Reciben orientación y capacitación para sus buenos hábitos alimenticios. Cuenta con un servicio de tópico permanente a cargo de Especialistas, que vigilan el cuidado y la atención de la salud de los albergados.





### **2.7.2.1 Subgerencia de Promoción y Protección de las Personas con Discapacidad**

Es la unidad orgánica responsable de velar por el cumplimiento del régimen legal de prevención, protección, rehabilitación, promoción e integración social, económica y cultural de las personas con discapacidad en la provincia de Lima.

### **2.7.2.2 Subgerencia de Bienestar y Promoción Social**

Es la unidad orgánica responsable de la atención, asistencia integral y promoción social de los niños, niñas, adolescentes, personas adultas y población en situación de vulnerabilidad, pobreza y pobreza extrema, de la provincia de Lima.

### **2.7.2.3 Subgerencia de Registros Civiles**

Es la unidad orgánica responsable de dirigir, ejecutar y evaluar las actividades de los Registros de Estado Civil en el Cercado de Lima, conforme a las normas sobre la materia.

### **2.7.2.4 Subgerencia de Programas Alimentarios**

Es la unidad orgánica responsable de la gestión de los Programas Alimentarios en el ámbito de su competencia y en concordancia con la normatividad vigente; así como de la promoción de la participación de las Organizaciones Sociales de Base en el marco de los lineamientos nacionales de política alimentaria.

### **2.7.3 SERVICIOS DE LA GDS – MML.**

#### **2.8.3.1 DEMUNA.**

Prevención y promoción, atención y vigilancia, a fin de restituir derechos de niñas, niños y adolescentes y o prevenir situaciones que vulneren o pongan en riesgo el ejercicio de sus derechos.

#### **2.7.3.2 SERVICIOS ADULTOS MAYORES.**

Albergue Municipal María Rosario Aráoz y Municlubes.

#### **2.7.3.3 CENTROS INFANTILES IGUALDAD.**

Son centros de atención para niños y niñas de 0 a 5 años, para su cuidado diurno cuando sus madres trabajan. Asimismo, son centros de atención para los padres, donde desarrollan habilidades para crianza de los menores, formación de promotores locales para la crianza de los niños.

#### **a. COMPLEJOS MUNICIPALES ASISTENCIALES**

Brinda atención integral a las niñas, niños y adolescentes en situación de riesgo social, con centros de residencia temporal; así como el fortalecimiento familiar y programas de atención a la comunidad.

## **b. SERVICIOS SOCIALES EN GENERAL:**

### **b.1. SERVICIO SOCIAL.**

Para personas en situación de riesgo, pobreza y extrema pobreza que requieren y no pueden cubrir necesidades básicas como: alimentación, ropa, vivienda, atenciones médicas, análisis clínicos, medicamentos, operaciones de catarata, así como exoneración de deuda tributaria y no tributaria.

### **b.2. SERVICIO PSICOLÓGICO.**

Brinda evaluación, diagnóstico, consejería y terapia psicológica a la población en general, tanto en problemas emocionales como conductuales. Además, elaboray ejecuta talleres sobre salud mental para escuelas y comunidad en general.

## **2. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.**

### **3.1 Comunicación Interna.**

Se aplica a los esfuerzos de información, promoción e integración social que una organización realiza entre sus recursos humanos, como parte de sus esfuerzos de comunicación corporativa.. Comprende también todo esfuerzo de imagen por el que la organización quiere asentar una identidad y una cultura interna.

### **3.2 TIC.**

Tecnologías de la Información y la Comunicación

### **3.3 Comunicación.**

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra, alterando el estado de conocimiento de la entidad receptora. La entidad emisora se considera única, aunque simultáneamente pueden existir diversas entidades emisoras transmitiendo la misma información o mensaje. Por otra parte puede haber más de una entidad receptora. En el proceso de comunicación unilateral la entidad emisora no altera su estado de conocimiento, a diferencia de las entidades receptoras.

### **3.4. Efectividad.**

La efectividad es la capacidad de lograr un efecto deseado, esperando o anhelando. En cambio la eficiencia es la capacidad de lograr el efecto en cuestión con el mínimo de recursos posibles viable.

### **3.5.Productividad.**

La productividad es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. En realidad la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida.

### **3.6.GDS.**

Gerencia de Desarrollo Social

### **3.7. MML.**

Municipalidad Metropolitana de Lima

## **CAPÍTULO III:**

## MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

### 1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.

#### 1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

La presente investigación es del tipo básica. El objeto de estudio es la comunicación a través de las TIC de los Trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social – MML, 2015.y su influencia en la comunicación interna.

##### a. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.

El nivel de la presente investigación es descriptivo y explicativo cuyo propósito es identificar el impacto de las TIC en la comunicación interna de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima.

##### b. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

El diseño de la presente investigación es explicativo.



**Dónde:**

**Fx: VI:** Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

**Gx:VD:** Trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social – MML, Octubre, 2015.

### 2. POBLACIÓN - MUESTRA DE INVESTIGACIÓN.

#### 2.1. POBLACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

La población-muestra de la presente investigación estuvo conformada por un total de 50 trabajadores en el 2015, quienes formaban parte de la GDS de la MML.

### **3. RECOLECCIÓN DE DATOS.**

#### **3.1. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.**

Se usó la siguiente técnica de investigación:

- La encuesta: se realizaron 14 preguntas cerradas, categorizadas por variables, el tiempo estimado para resolver la encuesta fue de 5 minutos. Los trabajadores que desarrollaron personalmente la encuesta, buscando así obtener la información necesaria sobre el desarrollo del trabajador con el uso de las herramientas tecnológicas y con su comunicación interna.

#### **3.2. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.**

3.2.1. Formulario de cuestionario.

### **4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.**

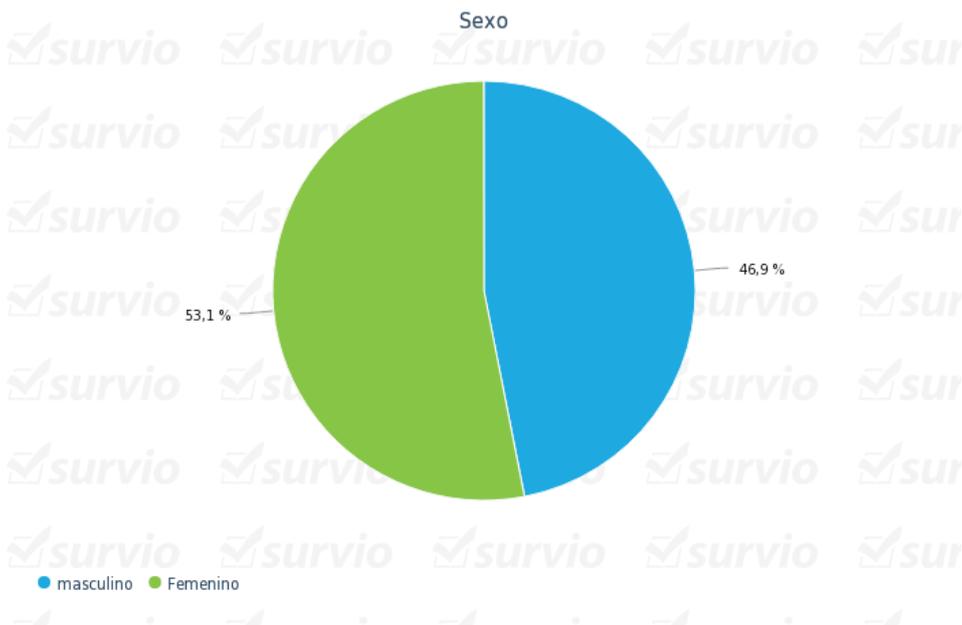
#### **DATOS GENERALES**

#### 4.1 ENCUESTADOS SEGÚN RANGO DE EDAD.

El rango de edad es de 50 años de los trabajadores a quienes se les aplicó la encuesta.

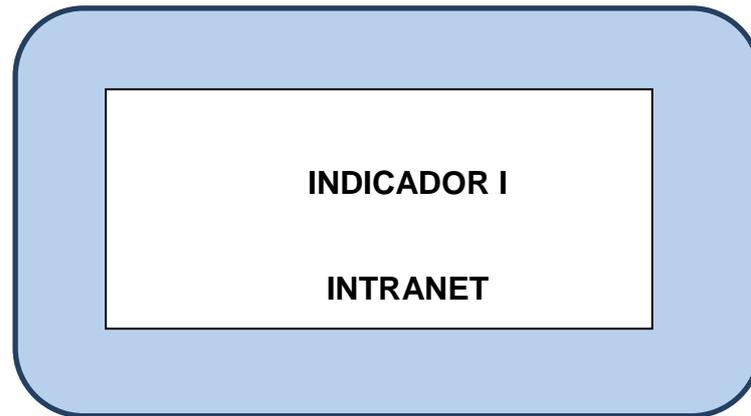
#### 4.2 ENCUESTADOS SEGÚN SEXO.

Se pudo determinar el porcentaje general según sexo de los trabajadores, siendo las mujeres la mayoría (53.1%); sin embargo, los hombres ocuparon el porcentaje de (46.9%).



#### 4.3 PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

A continuación se brindará la información obtenida tras realizarse la encuesta.



1. ¿Con qué frecuencia utiliza el intranet dentro de la GDS?

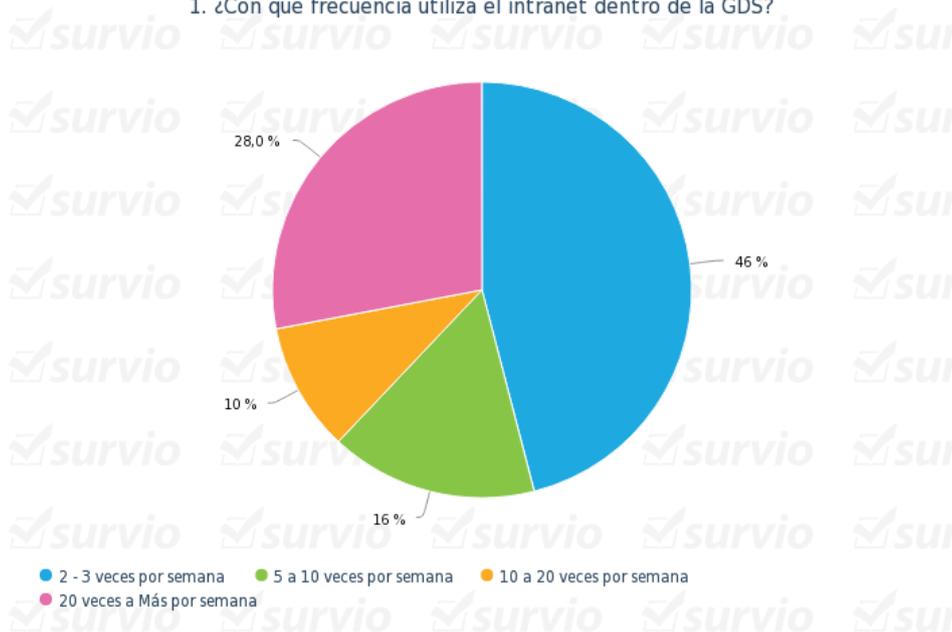
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
2 - 3 veces por semana	23	46%

5 a 10 veces por semana	8	16%
10 a 20 veces por semana	5	10%
20 veces a más por semana	14	28%
TOTAL	50	100%

De los colaboradores encuestados de la GDS, el 46% utiliza el intranet de 2 - 3 veces por semana, un 28% utiliza el intranet 20 veces a más por semana, un 16% de 5 a 10 veces por semana y un 10% lo utiliza de 10 a 20 veces por semana.

De los resultados se desprende que sumados los valores que usan la intranet de 20 veces a más por semana representan el 28% de la muestra. No obstante, se aprecia un 46% de encuestados sólo usan el intranet de 2 - 3 veces por semana.

1. ¿Con qué frecuencia utiliza el intranet dentro de la GDS?



FUENTE: Elaboración propia.

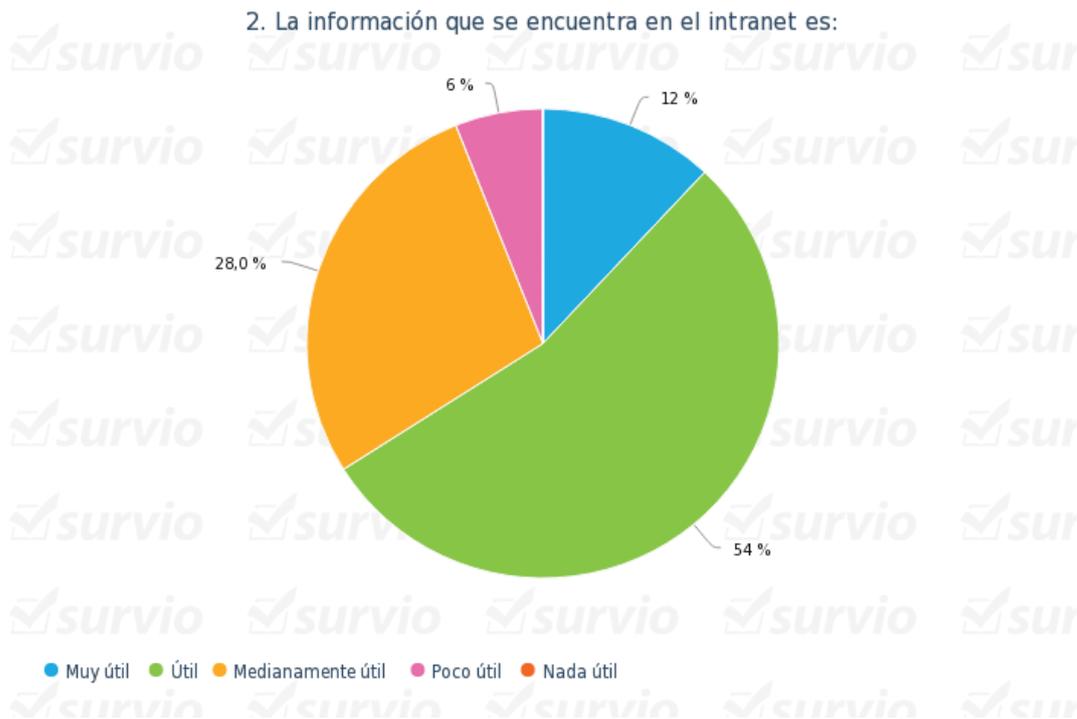
2. La información que se encuentra en el intranet es:

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy útil	6	12%
Útil	27	54%

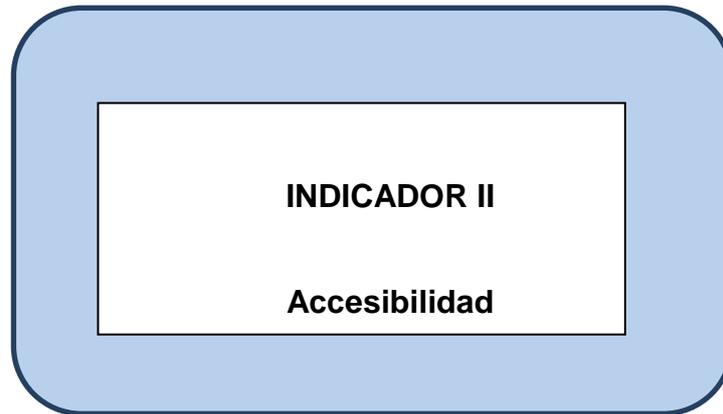
Medianamente útil	14	28%
Poco útil	3	6%
Nada útil	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

El 54% de los 50 trabajadores respondieron que la información en la intranet es ÚTIL, el 28% MEDIANAMENTE ÚTIL, el 12% MUY ÚTIL y el 6% la información es poco útil.

De los resultados se desprende que sumados los valores de muy útil y útil representan el 66% de la muestra. No obstante, se aprecia un 28% de encuestados que indica que la información es medianamente útil.



FUENTE: Elaboración propia.



3. El acceso a la información en el intranet es:

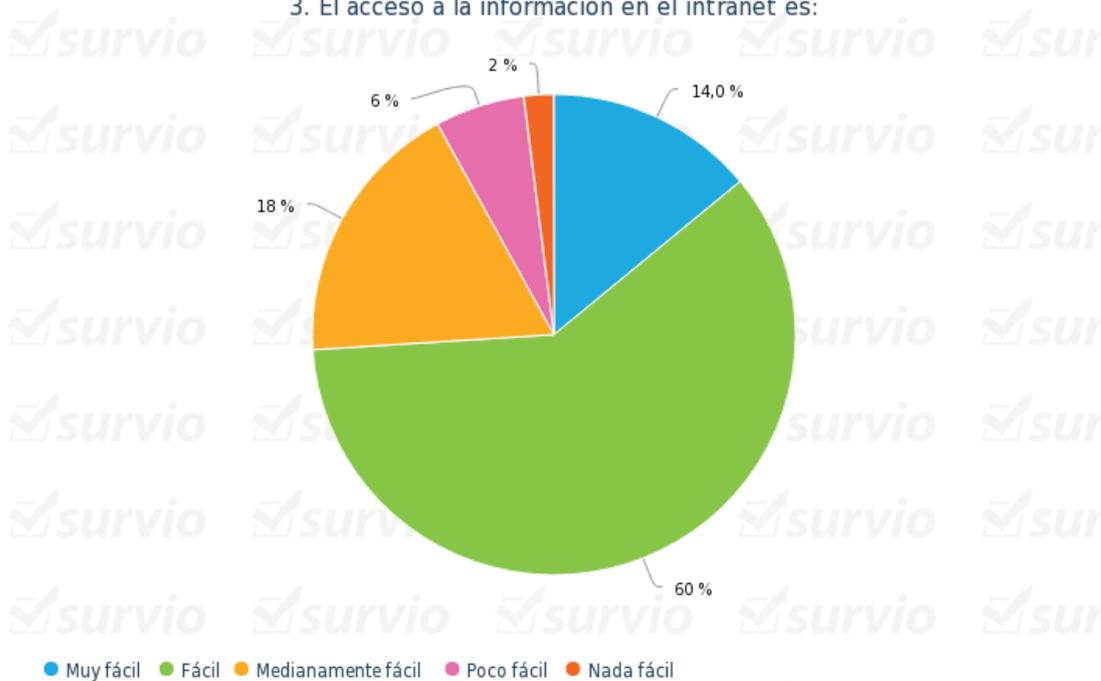
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Muy fácil	7	14%
Fácil	30	60%

Medianamente fácil	9	18%
Poco fácil	3	6%
Nada fácil	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

De los 50 trabajadores, 60% considera que el acceso es fácil, 18% indican que el acceso es medianamente fácil, 14% indican que es muy fácil y el 8% contestaron que es poco y nada fácil.

De los resultados se desprende que sumados los valores de muy fácil y fácil representan el 74% de la muestra. En tanto, es menor la proporción (8%) quienes consideran que el acceso es poco y nada fácil.

3. El acceso a la información en el intranet es:



FUENTE: Elaboración propia.

4. La navegación en el intranet es:

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy sencilla	1	2%

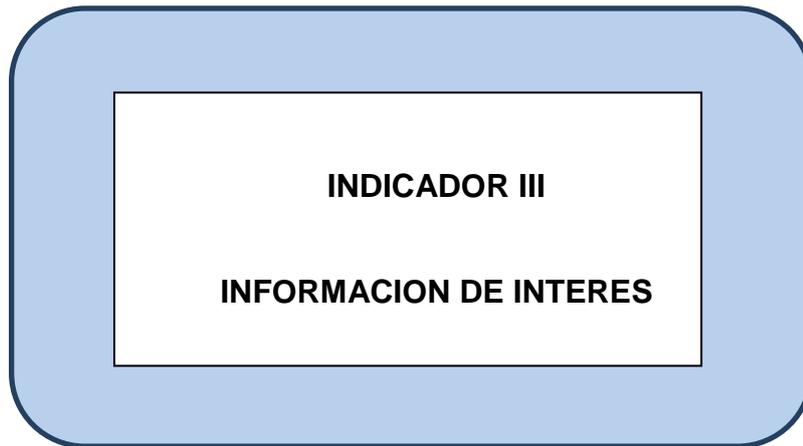
Sencilla	35	70%
Medianamente sencilla	13	26%
Poco sencilla	0	0%
Nada sencilla	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Un 70% de los 50 trabajadores indica que la navegación es sencilla, 26% medianamente sencilla, 2% indica que es muy sencilla y 2% nada sencilla.

**De los resultados se desprende que sumados los valores de muy sencilla y sencilla representan el 72% de la muestra. No obstante se evidencia que el 26% califican como medianamente sencilla la navegación en el intranet.**



FUENTE: Elaboración propia



5. El contenido de la información en el intranet es:

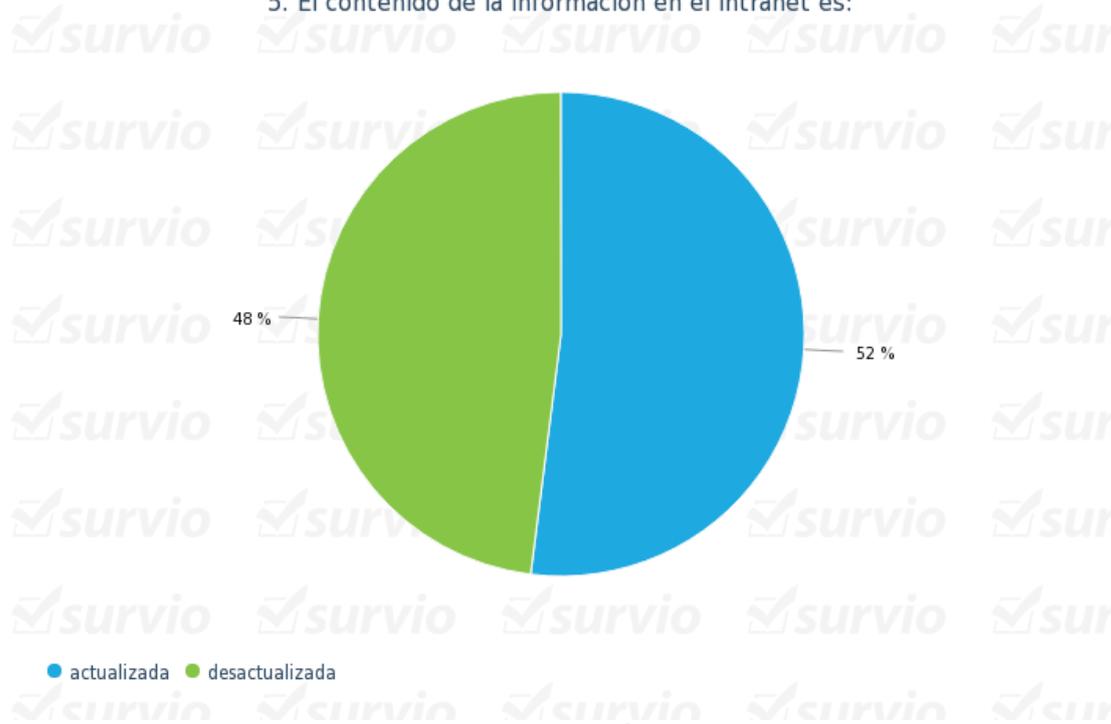
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
actualizada	26	52%
desactualizada	24	48%

<b>TOTAL</b>	50	100%
--------------	----	------

El 52% de los 50 trabajadores respondieron que la información en la intranet es actualizada y el 48% es desactualizada.

De los resultados se desprende que del valor actualizada representan el 52% de la muestra. Por otro lado se evidencia aún preocupante 48% que indican que la información es desactualizada.

5. El contenido de la información en el intranet es:



FUENTE: Elaboración propia.

6. La información del Intranet:

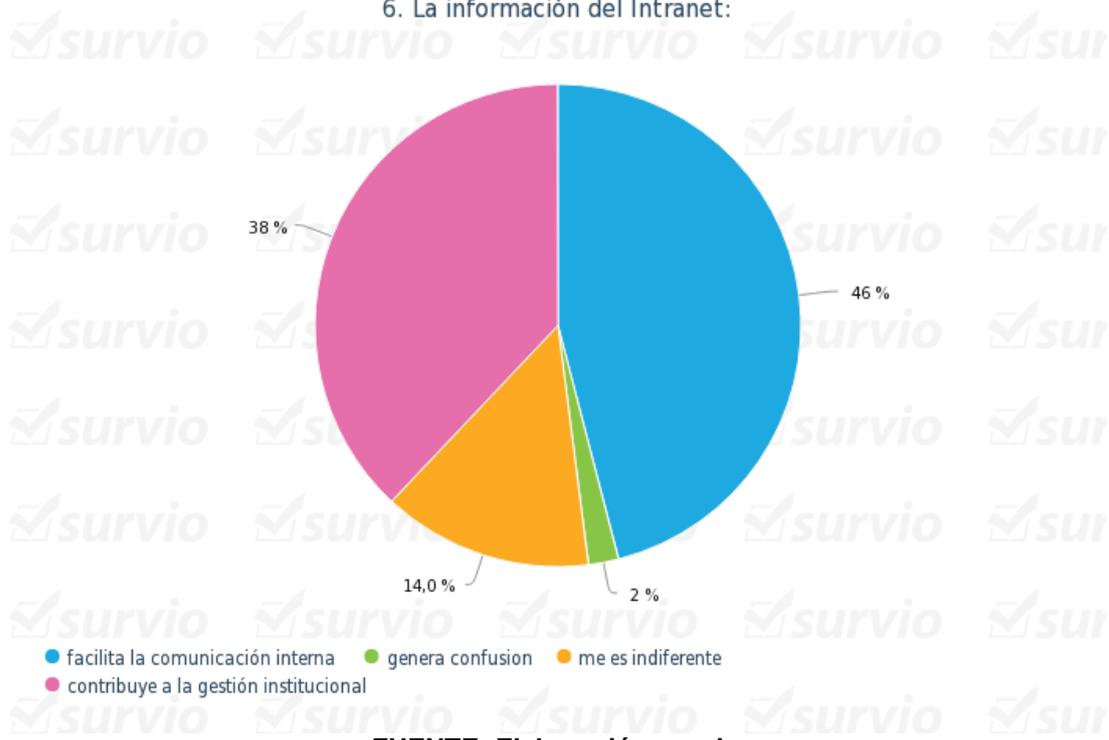
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Facilita la comunicación interna	23	46%

Me es indiferente	7	14%
Genera confusión	1	2%
Contribuye a la gestión institucional	19	38%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

El 46% de los 50 trabajadores encuestados indicaron que FACILITA LA COMUNICACIÓN, el 38% CONTRIBUYE A LA GESTIÓN, el 14% LE ES INDIFERENTE y el 2% genera confusión.

De los resultados se desprende que del valor facilita la comunicación interna y contribuye a la gestión representan el 84% de la muestra. Por otro lado se evidencia 16% indicando que la información le es indiferente y genera confusión.

6. La información del Intranet:



FUENTE: Elaboración propia.

7. En general, la información en el Intranet es:

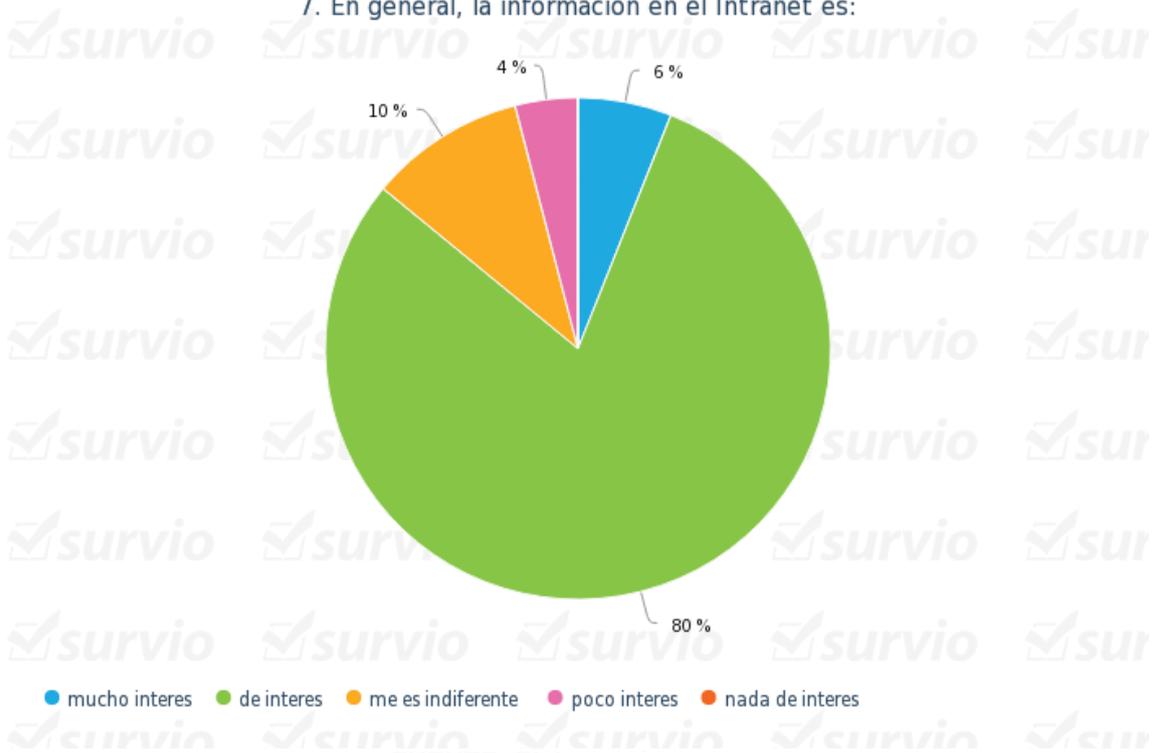
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mucho interés	3	6%
De interés	40	80%

Me es indiferente	5	10%
Poco interés	2	4%
Nada de interés	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Se observa que el 80% de los trabajadores respondieron DE INTERES, el 6% de MUCHO INTERES, el 10% ES INDIFERENTE y el 4% POCO INTERES.

Se evidencia que la gran mayoría (86%) de los trabajadores consideran la información en la intranet es DE MUCHO INTERES e INTERES. Por otro lado, se evidencia el 14% indica que la información es Indiferente y poco interés.

7. En general, la información en el Intranet es:



FUENTE: Elaboración propia.



8. ¿Con qué frecuencia utiliza el Correo electrónico dentro de la GDS?

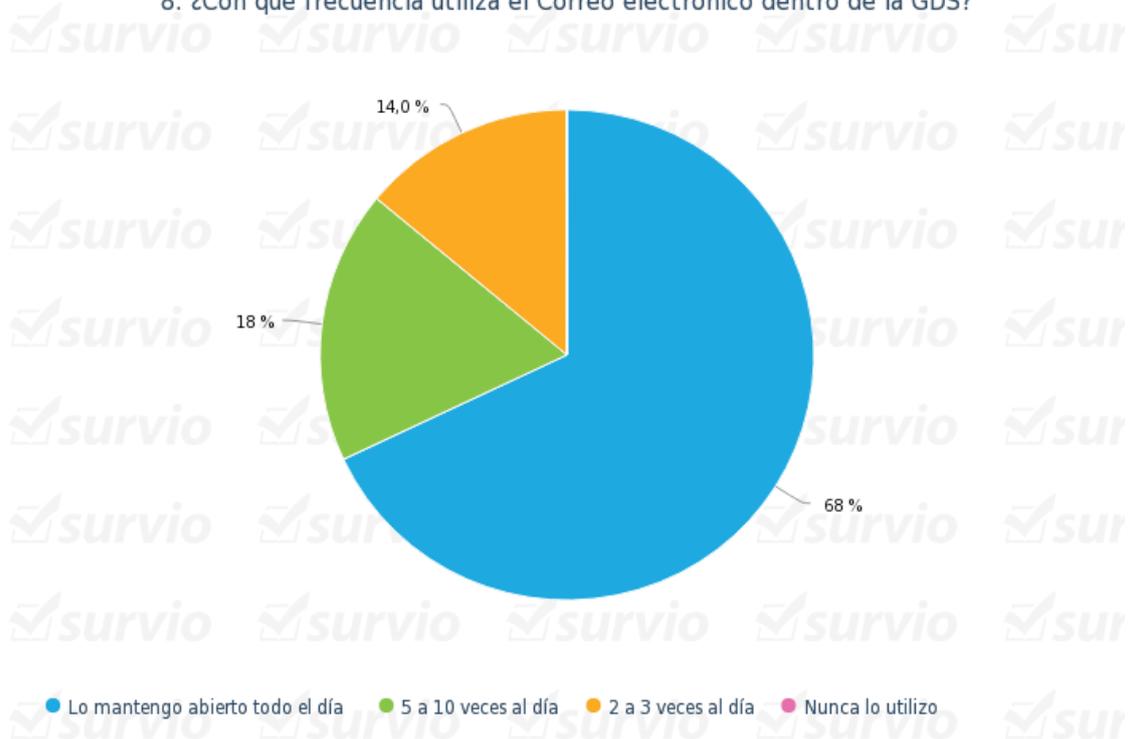
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Lo mantengo abierto todo	34	68%

el día		
5 a 10 veces al día	9	18%
2 a 3 veces al día	7	14%
Nunca lo utilizo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

El 68% de los trabajadores respondieron que mantienen abierto el correo todo el día, el 18% de 5 a 10 veces al día y el 14% de 2 a 3 veces al día.

De los resultados se desprende que sumados los valores lo mantengo abierto todo el día y de 5 a 10 veces al día representan el 86% de la muestra. Por otro lado, hay un 14% que usa el correo de 2 a 3 veces al día.

8. ¿Con qué frecuencia utiliza el Correo electrónico dentro de la GDS?



FUENTE: Elaboración propia.



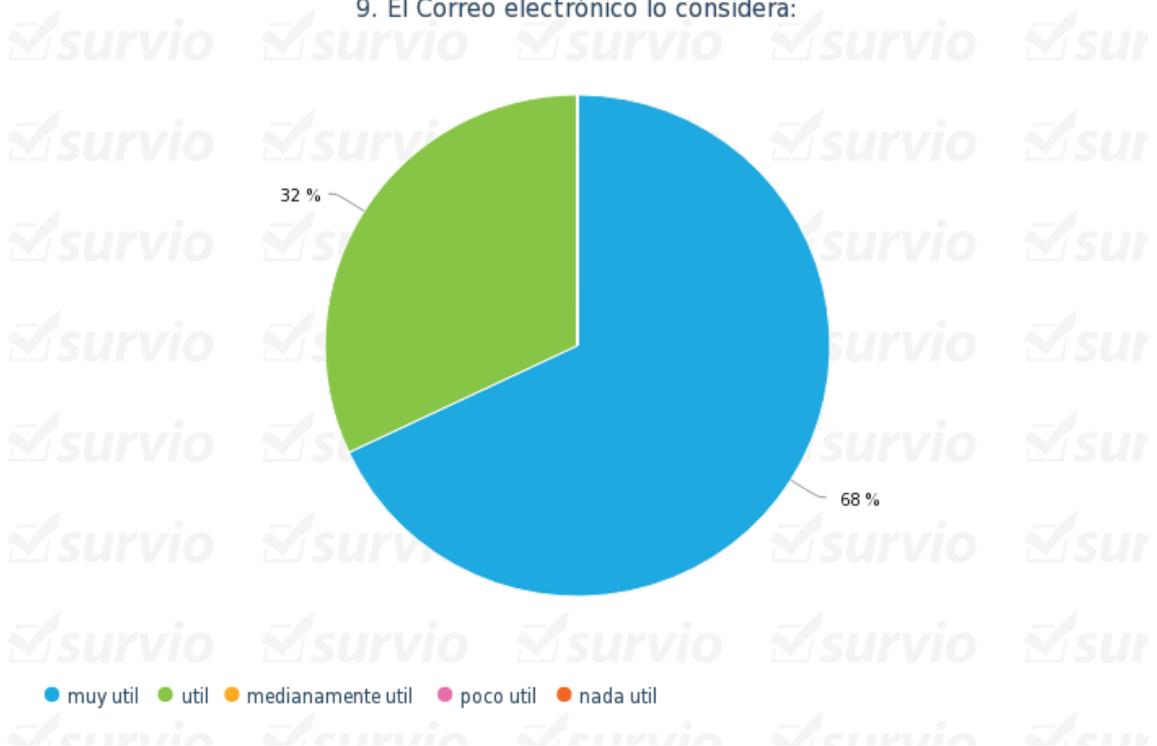
9. El Correo electrónico lo considera:

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy útil	34	68%
Útil	16	32%
Medianamente útil	0	0%
Poco útil	0	0%
Nada útil	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

El 68% de los 50 trabajadores respondieron que es MUY UTIL el correo electrónico, el 32% es UTIL, el 0% Poco o Nada útil.

De los resultados se desprende que sumados los valores entre Muy útil a Útil ascienden al 100% de la muestra. Por otro lado, el 0% consideran que es poco o nada útil.

9. El Correo electrónico lo considera:



FUENTE: Elaboración propia.

10. El acceso a la información en el Correo electrónico es:

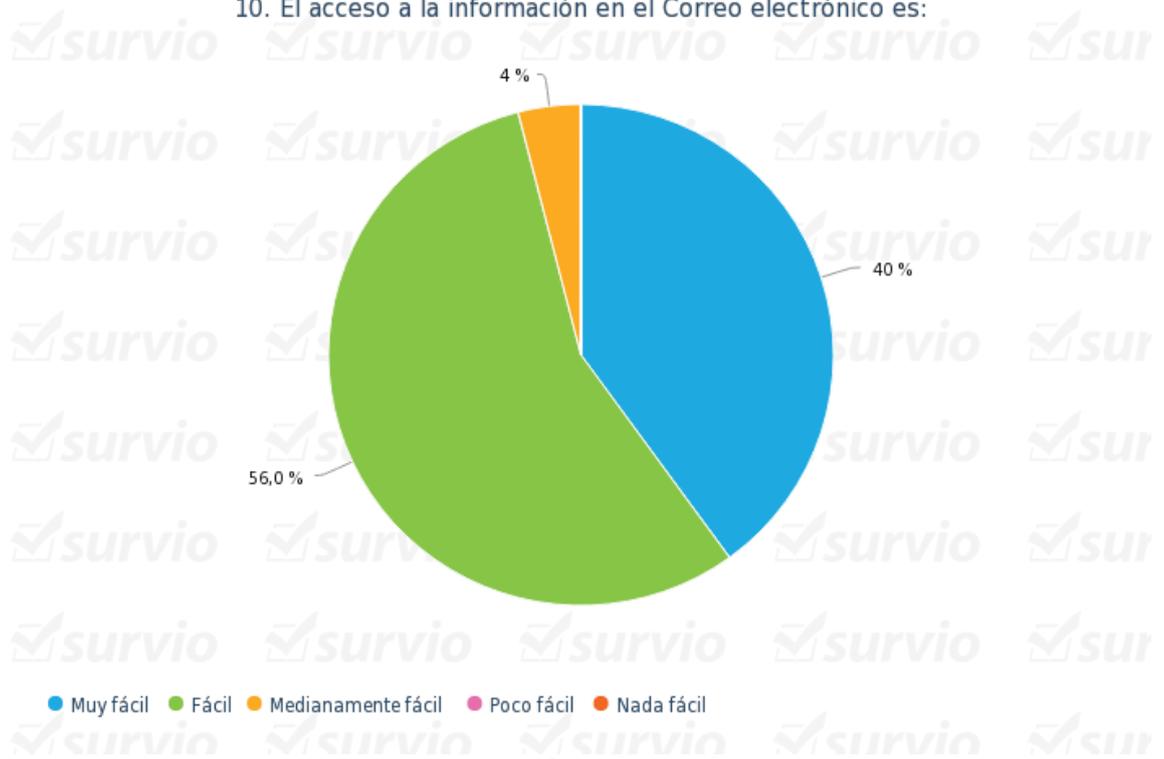
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
--------------	----------	------------

Muy fácil	20	40%
Fácil	28	56%
Medianamente fácil	2	4%
Poco fácil	0	0%
Nada fácil	0	0%
TOTAL	50	100%

En esta pregunta, el 56% respondieron que es FÁCIL el acceso, el 40% MUY FÁCIL, el 4% medianamente fácil y el 0% respondieron que es poco o nada fácil.

De los resultados se desprende que sumados los valores Muy fáciles y Fácil suman el 96% de la muestra. Sólo el 4% considera que es Medianamente fácil.

10. El acceso a la información en el Correo electrónico es:



FUENTE: Elaboración propia.



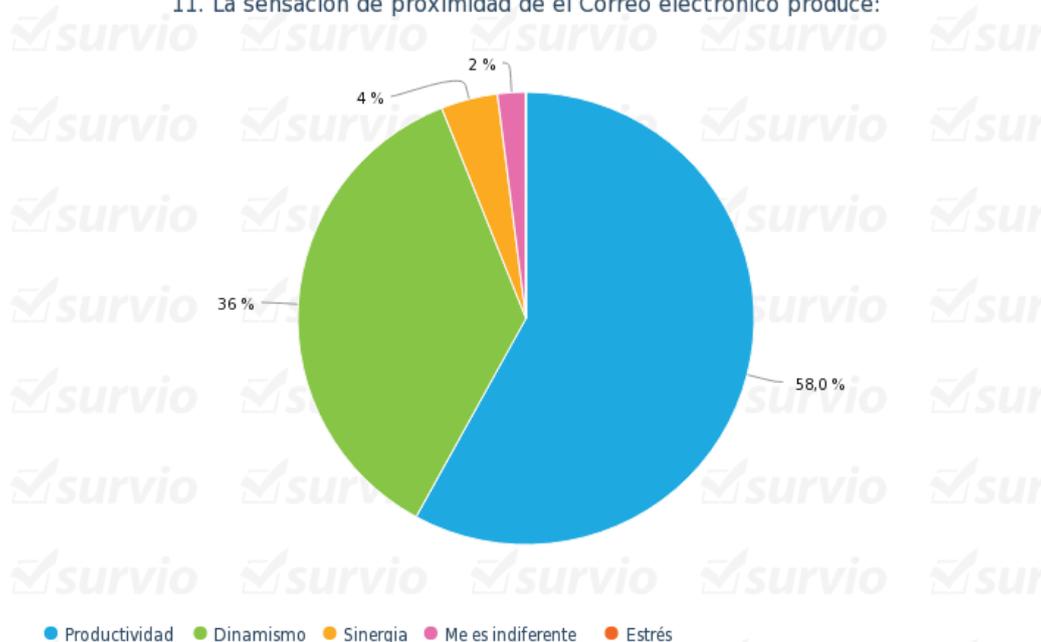
11. La sensación de proximidad del Correo electrónico produce:

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Productividad	29	58%
Dinamismo	18	36%
Sinergia	2	4%
Me es indiferente	1	2%
Estrés	0	0%
TOTAL	50	100%

Se observa que el 58% de los 50 trabajadores, respondieron que gracias al correo electrónico perciben PRODUCTIVIDAD, el 36% DINAMISMO y el 4% SINERGIA y el 2% le ES INDIFERENTE.

De los resultados se desprende que sumados los valores PRODUCTIVIDAD y DINAMISMO ascienden a 94% de la muestra. En suma, tan sólo el 2% consideran que le es INDIFERENTE. Podemos observar que la mayoría de los trabajadores tienen una percepción positiva del correo electrónico considerándolo productivo en sus labores diarias.

11. La sensación de proximidad de el Correo electrónico produce:



FUENTE: Elaboración propia.

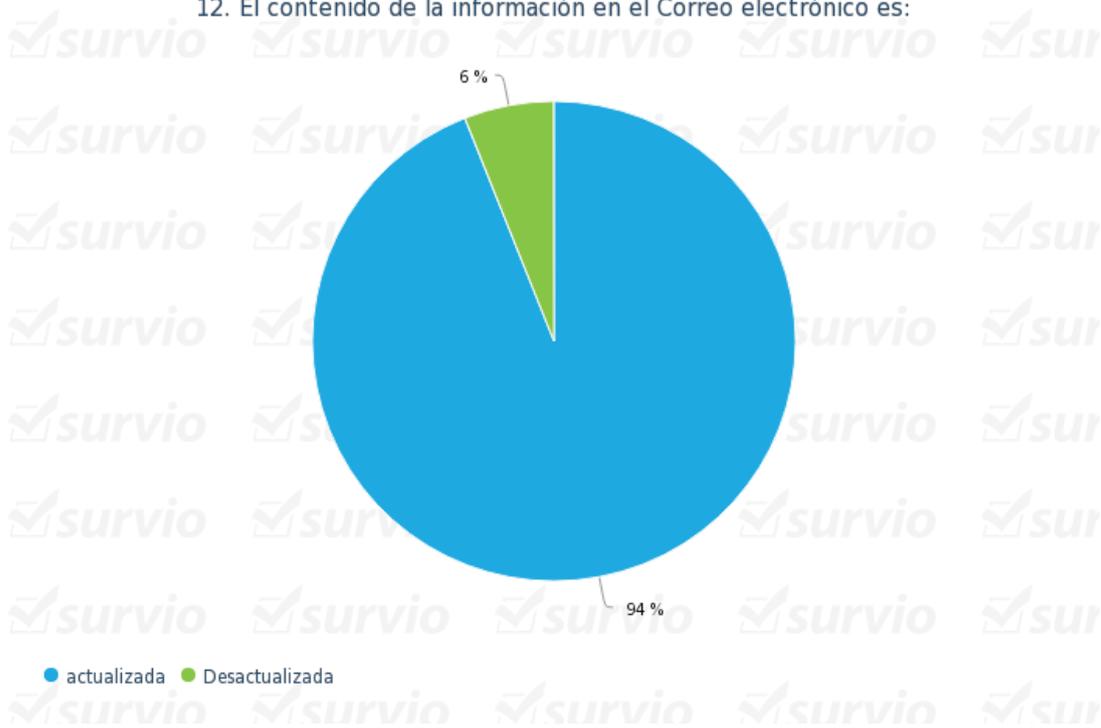
12. El contenido de la información en el Correo electrónico es:

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Actualizada	47	94%
Desactualizada	3	6%
TOTAL	50	100%

El 94% de los 50 trabajadores respondieron que la información en el correo electrónico es en ACTUALIZADA, en tanto el 6% indicó que es DESACTUALIZADA,

Se observa en esta pregunta que la mayoría de los trabajadores consideran al correo electrónico un medio actualizado de comunicación dentro de la GDS.

12. El contenido de la información en el Correo electrónico es:



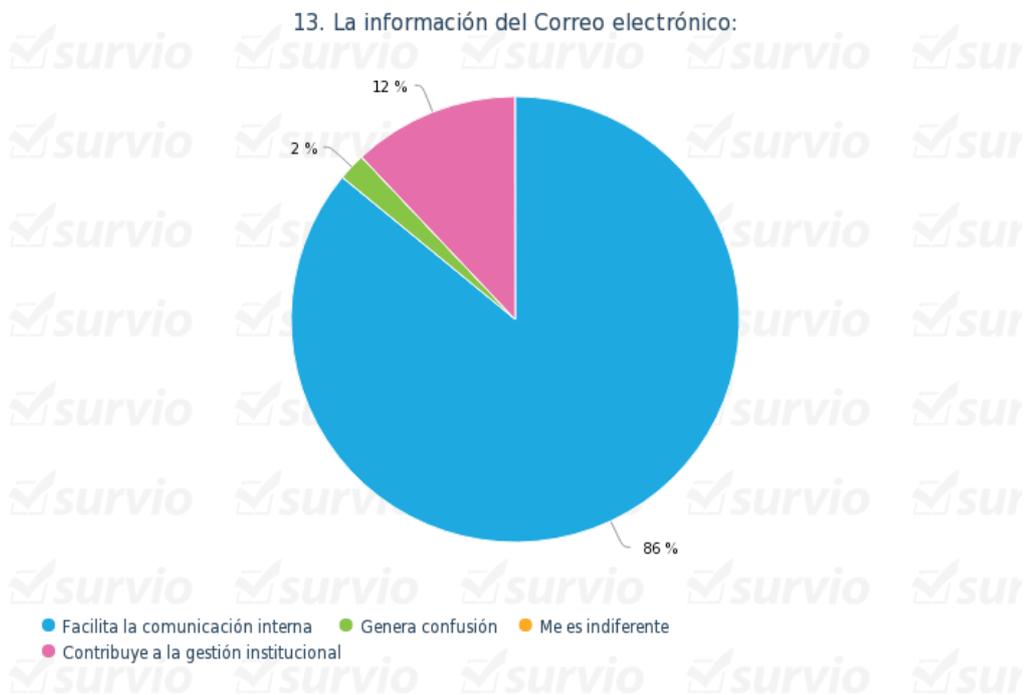
13. La información del Correo electrónico:

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Facilita la comunicación	43	86%

interna		
Genera confusión	1	2%
Me es indiferente	0	0%
Contribuye a la gestión institucional	6	12%
TOTAL	10	100%

En esta pregunta, de los 50 trabajadores, el 86% respondieron que Facilita la comunicación interna, el 12% Contribuye a la gestión y el 2% Genera confusión.

De los resultados se desprende que sumados los **FACILITA LA COMUNICACIÓN INTERNA** y **CONTRIBUYE A LA GESTIÓN** ascienden a **98%** de la muestra. Por el contrario, se percibe un mínimo **2%** quienes consideran que **GENERA CONFUSIÓN**.



FUENTE: Elaboración propia.

14. En general, el Correo electrónico es:

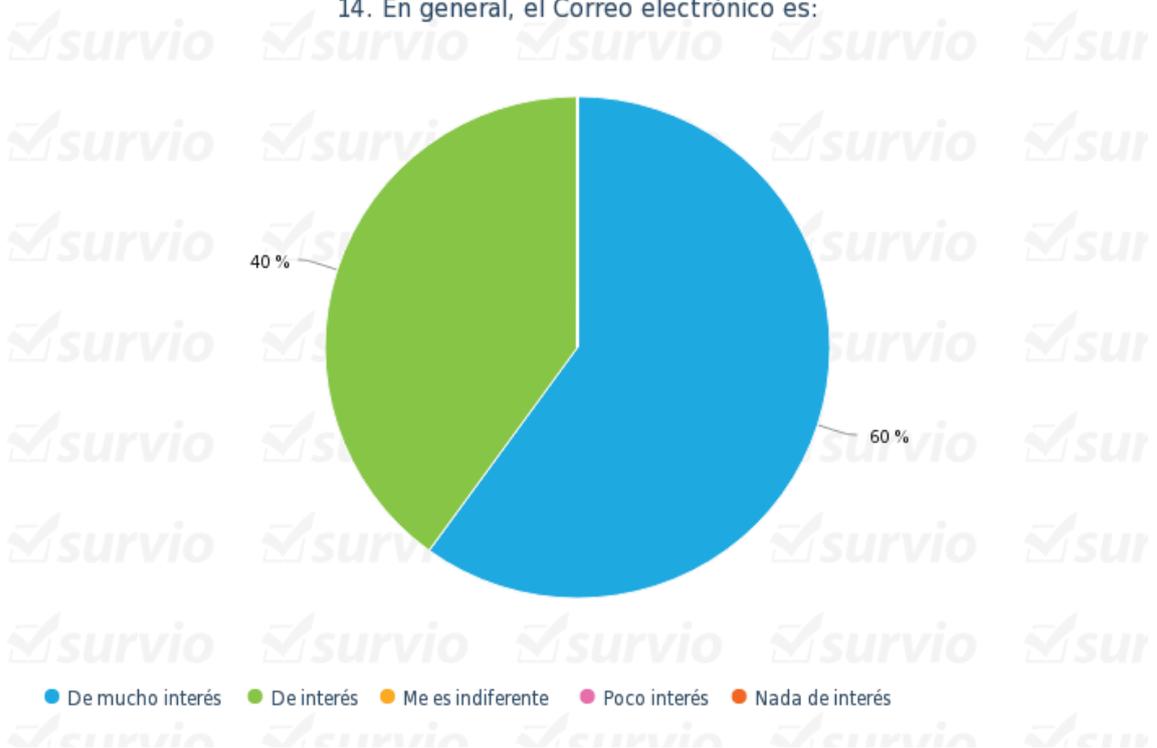
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
--------------	----------	------------

De mucho interés	30	60%
De interés	20	40%
Me es indiferente	0	0%
Poco interés	0	0%
Nada de interés	0	0%
TOTAL	50	100%

El 60% de los 50 trabajadores respondieron el correo electrónico es DE MUCHO INTERES, el 40% DE INTERES, el 0% respondieron que le es indiferente, poco o nada de interés.

Podemos concluir que los trabajadores en general consideran al correo electrónico de mucho interés para su desempeño laboral.

14. En general, el Correo electrónico es:



FUENTE: Elaboración propia.

## 5. PRUEBA DE HIPÓTESIS.

### **5.1 PRUEBA DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 01.**

La Hipótesis Específica N° 01, que dice: "**La información del intranet impactaría en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015**"; queda probada según los ítems **1,2,3,4,5,6 y 7** del Cuestionario.

### **5.2 PRUEBA DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 02.**

La Hipótesis Específica N° 02, que dice: "**El Correo electrónico impactaría en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015**"; queda probada según los ítems **8,9,10,11,12,13 y 14** del Cuestionario.

### **5.3 PRUEBA DE LA HIPÓTESIS GENERAL.**

La Hipótesis General, que dice: "**Las TICs impactarían en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015**"; queda probada automáticamente con la certificación de las hipótesis específicas **N°1 y N°2**.

## **CONCLUSIONES**

### **PRIMERA.**

Las TICS impactaron directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015.

### **SEGUNDA.**

La información del intranet impactó directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015

### **TERCERA.**

El Correo electrónico impactó directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015.

## RECOMENDACIONES

### **PRIMERA.**

La Gerencia de Desarrollo Social debe fortalecer el uso de las TICs a través de capacitaciones a sus trabajadores con el fin de hacer buen uso de las mismas para generar una comunicación interna informativa y dialógica.

### **SEGUNDA**

La Municipalidad de Lima dentro de su jurisdicción debe mejorar el acceso a la banda ancha a través del uso de la fibra óptica para no tener problemas de velocidad cuando se hace uso de las TIC.

### **TERCERA.**

La Gerencia de Desarrollo Social debe incorporar nuevas estrategias y canales de comunicación interna, como son las aplicaciones móviles, publicando noticias o información en tiempo real.

### **CUARTA**

La presente investigación sirve como referencia para futuros investigadores de las ciencias de la comunicación para que sigan explorando la viabilidad de las TICs y su aporte a las comunicaciones en las empresas e Instituciones públicas

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### I. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.

**BERLO, David K.**

**2004** “El proceso de la comunicación.  
Introducción a la teoría y a la práctica”

Buenos Aires. Argentina.265 paginas

**COSTA, Joan**

**1995** “Comunicación corporativa y revolución  
de los servicios”.

Madrid. España. Ediciones de las Ciencias  
Sociales.

**FAINHOLC, Beatriz**

**1997** “Nuevas tecnologías de la información y la  
comunicación en la enseñanza”.

Buenos Aires. Argentina

**GIL CALVO, Diana**

**2014**            **“Gestión de comunicación corporativa en Instituciones Públicas”**

Lima. Peru.103 hojas

**HERSEY, P., Blanchard, K.,&Jonson, D.**

**1998**            **“Administración del comportamiento organizacional” (Séptima edición).**

México: Prentice Hall.

**LA MADRID OLIVA,Rosa María.**

**2006**            ***Comunicación Organizacional - CICLO IX. Dirección Universitaria de Educación a Distancia (dued).*** Lima, Perú. 230 pp. S. Edic.

**NEWELL CARPIO, Tanya.**

**2015**            **“Programa de master en dirección estratégica del factor humano”**

Lima. Perú.82 hojas

**PALOMINO FLORES, Paola.**

**2013**            ***“LA PRESENTACIÓN DE PERSONAJES PÚBLICOS EN LAS REDES SOCIALES: CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN DE ALEJANDRO TOLEDO EN FACEBOOK”***

Lima. Perú. 182 hojas

**RAMOS MURGA RIVA, Karina.**

**2012**            ***“Aporte de la comunicación mediada por computadora a la participación ciudadana: experiencia vecinal y gubernamental en el distrito de Miraflores”***

Lima. Perú. 341 hojas

**SOLOGUREN VERNE, Marí.**

**2013**            ***“El social media marketing como estrategia para potenciar una empresa”***

Lima. Perú. 245 hojas

**TELEFONICA**

**2002**            ***La sociedad de la información en el Perú. Presente y perspectiva 2003-2005.***

---

Lima. Perú

## II. FUENTES CIBERESPACIALES.

**ANABELA FELIX MATEUS.** “La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías. Una visión histórica” 2014.

<http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/45021>

Consultado en Setiembre 2015

**BALLESTER CARRETON CARMEN.** “LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA GESTION DE LA COMUNICACIÓN INTERNA” 2009.

<http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/15719/1/LIBRO%20Las%20relaciones%20p%C3%ABlicas%20en%20la%20gesti%C3%B3n%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20interna.pdf>

Consultado en Setiembre 2015

**CASTELLS, MANUEL,** “La era de la información” 1994.

[http://www.economia.unam.mx/lecturas/in3/castells\\_m.pdf](http://www.economia.unam.mx/lecturas/in3/castells_m.pdf)

Consultado en Setiembre 2015

**Consejo Nacional de la Competitividad** “Potenciar a las TIC, como un impulsor de la eficiencia del Estado y dinamizador de la productividad” 2014.

<http://www.cnc.gob.pe/images/upload/paginaweb/archivo/38/TICS.pdf>

Consultado en Setiembre 2015

FRANCISCO CANTIZANI. “LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTAS PARA LA FORMACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES” 2010. “E-learning, formación a distancia con soporte electrónico”

[http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/dg\\_pr/prevexpo/2010/documentos/comunicaciones/dia\\_19\\_salas/sala\\_g/2010\\_05\\_19-g-19h15-tics como herramientas para formacion en prl-francisco cantizani.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/dg_pr/prevexpo/2010/documentos/comunicaciones/dia_19_salas/sala_g/2010_05_19-g-19h15-tics como herramientas para formacion en prl-francisco cantizani.pdf)

Consultado en Setiembre 2015

FEAPS. “Guía de buenas prácticas de comunicación interna” 2008.

[http://www.feaps.org/biblioteca/libros/documentos/comunicacion\\_interna.pdf](http://www.feaps.org/biblioteca/libros/documentos/comunicacion_interna.pdf)

Consultado en Setiembre 2015

INEI. “PERU: Tecnologías de Información y Comunicaciones en las Empresas 2006- 2007” 2009.

[http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib0877/libro.pdf](http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0877/libro.pdf)

Consultado en Setiembre 2015

INEI “Actualización del impacto de las tecnologías de información y comunicación en el Perú” 2002.

<http://www.ongei.gob.pe/estudios/publica/estudios/Lib5151/Libro.pdf>

### **Consultado en Setiembre 2015**

**LORÍA MENESES, Roger.** “Comunicación oral y escrita. Guía de estudio”. 2011. Universidad Estatal a Distancia. Institución Benemérita de la Educación y la Cultura”.

<http://www.uned.ac.cr/ecsh/images/documentos/LitGr/ama/guiADIDActica-709-2012-3.pdf>

**Consultado en Setiembre 2013**

**Mario Riorda.** “Gobierno bien pero comunico mal”: análisis de las Rutinas de la Comunicación Gubernamental. 2008.

<http://old.clad.org/portal/publicaciones-del-clad/revista-clad-reforma-democracia/articulos/040-febrero-2008/riorda>

**Consultado en Setiembre 2015**

**MEDIANERO BURGA, Daniel.** “Metodología de planeamiento estratégico en el sector público” 2012

<http://fedomu.org.do/wp-content/uploads/2015/06/Metodologia-de-planeamiento-estrategico-en-el-sector-publico.pdf>

**Consultado en Setiembre 2015**

**OBSERVATORIO DE COMUNICACIÓN INTERNA E IDENTIDAD CORPORATIVA.** “La comunicación Interna incrementa su importancia estratégica con el apoyo de la tecnología” 2010.

<http://comunicacionbus.pbworks.com/f/articulo1.pdf>

### **Consultado en Diciembre 2015**

Rivas, Á., Hidalgo, C., & Ramírez, M. “Diagnóstico de la comunicación estratégica en las empresas salvadoreñas distribuidoras de productos de consumo” 2010. Universidad Centroamericana José Simeón Cañas.

[http://www.uca.edu.sv/facultad/maco/media/archivo/010db6\\_tesisdiagnosticodelacomunicacionestrategicaenlasempresassalvadorenasdistribuidorasdep.pdf](http://www.uca.edu.sv/facultad/maco/media/archivo/010db6_tesisdiagnosticodelacomunicacionestrategicaenlasempresassalvadorenasdistribuidorasdep.pdf)

**Consultado en Setiembre 2013**

UNESCO. “Las tecnologías de la información y la comunicación en la formación docente. Guía de planificación” 2004.

<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001295/129533s.pdf>

**Consultado en Setiembre 2015**

X Seminario de RedMuni: “Nuevo rol del Estado, nuevo rol de los Municipios” 2009.

[http://www.sgp.gov.ar/contenidos/inap/investigacion/docs/ponencias\\_x\\_redmuni/Modernizacion/Mesa%201/DelleDonneRedMuni2009.pdf](http://www.sgp.gov.ar/contenidos/inap/investigacion/docs/ponencias_x_redmuni/Modernizacion/Mesa%201/DelleDonneRedMuni2009.pdf)

**Consultado en Setiembre 2015**

## ANEXOS

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

#### “Las TICS y su impacto en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, Octubre 2015”

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	CATEGORIAS	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
¿De qué manera las <b>TICS</b> impactan directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015?	Analizar y describir cómo las <b>TICS</b> impactan directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015.	Las <b>TICS</b> impactarían directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015	TICS				
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPOTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLE DEPENDIENTE				
¿De qué manera la información del <b>intranet</b> impacta directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015?	Analizar y describir cómo la información del <b>intranet</b> impacta directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015.	La información del <b>intranet</b> impactaría directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015	La comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, Octubre 2015.	Intranet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accesibilidad</li> <li>• Información de interés</li> </ul>	Encuesta	Formulario de cuestionario
¿De qué manera el <b>Correo electrónico</b> impacta directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015?	Analizar y describir cómo el <b>Correo electrónico</b> impacta directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015.	El <b>Correo electrónico</b> impactaría directamente en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, octubre 2015.		Correo electrónico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interacción</li> <li>• Proximidad</li> </ul>	Observación	Ficha de observación

## CUESTIONARIO.

### “Las TICs y su impacto en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, Octubre 2015”

#### CUESTIONARIO

Estimado(a) colaborador de la Gerencia de Desarrollo Social:

Nos complace invitarlo(a) a responder esta encuesta con el fin de conocer el desarrollo de la comunicación interna, a fin de analizar el entorno y promover mejoras laborales. Su contribución nos permitirá identificar los temas a ser considerados y nos ayudará a lograr nuestro compromiso con la mejora continua.

Agradecemos que pueda tomarse unos minutos de su tiempo para responder con objetividad las siguientes preguntas. La encuesta es anónima, por lo que su identidad y sus respuestas serán totalmente confidenciales. Muchas gracias.

#### INSTRUCCIONES

- Marcar con un aspa en la respuesta que usted crea conveniente.
- Siga el orden de las preguntas.

#### DATOS PERSONALES

Edad.....

Sexo. F  M

1. ¿Con qué frecuencia utiliza el **intranet** dentro de la GDS?

2 - 3 veces por semana	5 a 10 veces por semana	10 a 20 veces por semana	20 veces a Más por semana
------------------------	-------------------------	--------------------------	---------------------------

2. La información que se encuentra en el intranet es:

Muy útil	Útil	Medianamente útil	Poco útil	Nada útil
----------	------	-------------------	-----------	-----------

3. El acceso a la información en el intranet es:

Muy fácil	Fácil	Medianamente fácil	Poco fácil	Nada fácil
-----------	-------	--------------------	------------	------------

4. La navegación en el intranet es:

Muy sencilla	Sencilla	Medianamente sencilla	Poco sencilla	Nada sencilla
--------------	----------	-----------------------	---------------	---------------

5. El contenido de la información en **elintranet** es:

Actualizada	Desactualizada
-------------	----------------

6. La información del **Intranet**:

Facilita la comunicación interna	Me es indiferente
Genera confusión	Contribuye a la gestión institucional

7. En general, la información en el **Intranet** es:

Mucho interés	De interés	Me es indiferente	Poco interés	Nada de interés
---------------	------------	-------------------	--------------	-----------------

• **Correo electrónico:**

8. ¿Con qué frecuencia utiliza el **Correo electrónico** dentro de la GDS?

Lo mantengo abierto todo el día	5 a 10 veces al día	2 a 3 veces al día	Nunca lo utilizo
---------------------------------	---------------------	--------------------	------------------

9. El **Correo electrónico** lo considera:

Muy útil	Útil	Medianamente útil	Poco útil	Nada útil
----------	------	-------------------	-----------	-----------

10. El acceso a la información en el **Correo electrónico** es:

Muy fácil	Fácil	Medianamente fácil	Poco fácil	Nada fácil
-----------	-------	--------------------	------------	------------

11. La sensación de proximidad de el **Correo electrónico** produce:

Productividad	Dinamismo	Sinergia	Me es indiferente	Estrés
---------------	-----------	----------	-------------------	--------

12. El contenido de la información en el **Correo electrónico** es:

Actualizada	Desactualizada
-------------	----------------

13. La información del **Correo electrónico**:

Facilita la comunicación interna	Me es indiferente
Genera confusión	Contribuye a la gestión institucional

14. En general, el **Correo electrónico** es:

De mucho interés	De interés	Me es indiferente	Poco interés	Nada de interés
------------------	------------	-------------------	--------------	-----------------

• **Video conferencias:**

15. ¿Con qué frecuencia utiliza las **videoconferencias** dentro de la GDS?

2 - 3 veces por semana	5 a 10 veces por semana	10 a 20 veces por semana	20 veces a Más por semana
------------------------	-------------------------	--------------------------	---------------------------

16. La interacción que generan las **videoconferencias** es:

Muy útil	Útil	Medianamente útil	Poco útil	Nada útil
----------	------	-------------------	-----------	-----------

17. La sensación de proximidad en las **videoconferencias** produce:

Productividad	Dinamismo	Sinergia	Me es indiferente	Estrés
---------------	-----------	----------	-------------------	--------

18. La interacción en las **videoconferencias** es :

Muy sencilla	Sencilla	Medianamente sencilla	Poco sencilla	Nada sencilla
--------------	----------	-----------------------	---------------	---------------

19. El uso de las **videoconferencias** es:

Muy relevante	Relevante	Me es indiferente	Irrelevante	Muy irrelevante
---------------	-----------	-------------------	-------------	-----------------

20. Las **videoconferencias**:

Facilitan la comunicación interna	Me son indiferentes
Generan confusión	Contribuyen a la gestión institucional

21. En general, las **videoconferencias** son de:

Mucho interés	De interés	Me es indiferente	Poco interés	Nada de interés
---------------	------------	-------------------	--------------	-----------------

22. El nivel de participación de las sesiones vía **video conferencias** es:

Muy alto	Alto	Regular	Bajo	Muy bajo
----------	------	---------	------	----------



Tema: “Las TICSy su impacto en la comunicación interna de los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima, Octubre 2015”

Autor: Bach. Eduardo Cáceres Torres

---