

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



UNS
UNIVERSIDAD
NACIONAL DEL SANTA

“Propuesta de plan de gestión de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Casma – 2022”

TRABAJO MONOGRÁFICO PARA OBTENER EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD: Examen de suficiencia profesional

AUTORA:

Bach. Gonzales Suárez, Nora Victoria

ASESORA:

Mg. Álava Cielo, Jessica Yovana
ORCID: 0000-0002-9434-7560

Nuevo Chimbote - Perú
2022

HOJA DE CONFORMIDAD DEL ASESOR

El presente trabajo de investigación monográfica: “Propuesta de plan de gestión de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Casma - 2022”, elaborado por la Bachiller Gonzales Suárez Nora Victoria para obtener el grado de Licenciada en Comunicación Social en la EAP Comunicación Social de la Universidad Nacional del Santa, quien ha contado con el asesoramiento de la Mg. Jessica Alava Cielo, quien deja constancia de su aprobación.



Mg. Alava Cielo, Jessica
Asesora
DNI N° 40186854
ORCID: 0000-0002-9434-7560

HOJA DE CONFORMIDAD DEL JURADO EVALUADOR

El trabajo de investigación monográfica “Propuesta de plan de gestión de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Casma - 2022”, tiene la aprobación del jurado, quienes suscriben en señal de conformidad.



Lic. Chiroque Farfán, Manuel
Presidente
DNI: 03376644
ORCID: 0000-0001-8245-9736



Mg. Sarango Ibáñez, Manuel Baltazar
Integrante
DNI: 40962630
ORCID: 0000-0001-5503-7511



Mg. Alava Cielo, Jessica
Integrante
DNI: 40186854
ORCID: 0000-0002-9434-7560

ACTA DE EJECUCIÓN DEL EXAMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

EVALUACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN DE MONOGRAFÍA

T/. Resolución n.º 560-2022-UNS-CFEH

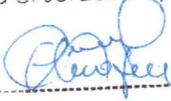
Siendo las 1^{ra} del día 7 de Diciembre del 2022, en el Aula COM. 03 del edificio de la Escuela Académico Profesional de Comunicación Social de la Universidad Nacional del Santa, en cumplimiento a lo dispuesto en la T/Resolución N° 560-2022-UNS-CFEH; se instaló el Jurado Evaluador del Examen de Suficiencia Profesional designado mediante Transcripción de Resolución N° 560-2022-UNS-CFEH de fecha 09 de noviembre del 2022, conformado por el: LIC. MANUEL IGNACIO CHIROQUE FARFÁN en su condición de Presidente, MG. MANUEL BALTASAR SARANGO IBAÑEZ en su condición de Integrante y la MG. JESSICA YOVANA ALAVA CIELO en su condición de Integrante, dando inicio a la sustentación de la Monografía cuyo título es: "PROPUESTA DEL PLAN DE GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA LABORAL EN LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CASMA - 2022", perteneciente a la Bachiller: NORA VICTORIA GONZALES SUAREZ con código de matrícula N° 201334017, teniendo como ASESORA a la MG. JESSICA YOVANA ALAVA CIELO, según T/R.D. N° 450-2022-UNS-DFEH de fecha 24.10.2022.

Terminada la sustentación, la Bachiller respondió a las preguntas formuladas por los miembros del Jurado Evaluador, quienes en concordancia con el Artículo 66° del Reglamento General para Obtener el Grados Académico de Bachiller y el Titulos Profesional en la Universidad Nacional del Santa donde se establece los criterios de evaluación de sustentación de monografía según Formato N° 07; declaran que la Bachiller obtiene el resultado de su sustentación la NOTA siguiente:

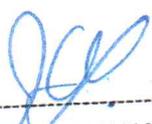
Concluido el proceso de EJECUCIÓN DEL EXAMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL, se obtiene el RESULTADO DEFINITIVO:

BACHILLER	EXAMEN ESCRITO DE CONOCIMIENTOS	SUSTENTACIÓN MONOGRAFÍA	PROMEDIO	CONDICIÓN
NORA VICTORIA GONZALES SUAREZ	14	15	15	APROBADO

Siendo las 2^{da} del mismo día se dio por terminado la ejecución del Examen de Suficiencia Profesional y en señal de conformidad, firma el Jurado la presente Acta.


LIC. MANUEL IGNACIO CHIROQUE FARFÁN
Presidente


MG. MANUEL BALTASAR SARANGO IBAÑEZ
Integrante


MG. JESSICA YOVANA ALAVA CIELO
Integrante

DEDICATORIA

Primero a Dios, pues él me guía a lo largo de mi vida, brindándome sabiduría y entendimiento para poder cumplir con mis metas. También, lo dedico mamita María Mendoza y papito Rogelio Suárez, que desde el cielo me cuidan, finalmente, a mi familia porque siempre estuvieron conmigo.

AGRADECIMIENTO

A todos los profesores que durante mi etapa universitaria me brindaron su apoyo con sus enseñanzas, fueron mi guía y respaldo. Del mismo modo, a todas aquellas personas que han hecho posible que cumpla mis metas.

Índice General

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA	
1. 1. Definición de un plan de comunicación interna	10
1.2. Importancia de un plan de comunicación interna	13
1.3. Objetivo de un plan de comunicación interna	14
1.4. Funciones de un plan de comunicación interna.....	15
1.5. Proceso de un plan de comunicación interna.....	17
CAPÍTULO II: LA COMUNICACIÓN	
2.1. Definición de la comunicación	18
2.2. La comunicación en la organización	19
2.3. Definición de la comunicación interna	20
2.4. Importancia de la comunicación interna.....	20
2.5. Canales de comunicación interna	21
2.6. Objetivos de la comunicación interna	22
2.7. Flujos de la comunicación interna	23
2.8. Herramientas de la comunicación interna	24
2.9. Funciones de la comunicación interna	24
CAPÍTULO III: CLIMA LABORAL	
3.1. Definición del clima laboral	25
3.2. Importancia del clima laboral	26

3.3. Tipos de clima laboral	27
3.3. Relación de la comunicación interna con el clima laboral	28
CAPÍTULO IV: MARCO REFERENCIAL	30
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES	33
CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES	34
BIBLIOGRAFÍA	35

RESUMEN

La comunicación interna hoy más que nunca se ha convertido en una herramienta de gestión muy importante para alinear los mensajes que deben ser asimilados por el personal y procedan a una práctica constante.

Un correcto trabajo de comunicación interna es fundamental para generar un trabajo eficiente, sin embargo, a veces las instituciones no consideran a los colaboradores, aquellos quienes son el factor más importante de una empresa o institución, pues son ellos el elemento productivo que dinamiza todos los procesos para que la institución o empresa camine.

Una inadecuada relación entre los colaboradores genera muchos de los problemas de productividad, para ello, se debe emplear un plan que sirve de soporte para aplicar de forma correcta las herramientas de comunicación interna conforme a los lineamientos y objetivos de la institución, fortaleciendo el clima laboral.

En esta monografía tuvo como principal aporte que las herramientas de comunicación interna deben ser utilizadas de forma adecuada para generar una comprensión de las metas de cada área de la institución y los trabajadores desempeñen una adecuada gestión laboral y personal. Asimismo, es importante que una institución desarrolle un plan de comunicación interna aplicando estrategias adecuadas a su área para direccionar la comunicación a los lineamientos y objetivos de la organización, además tenga un área específica que lo desarrolle, se recomienda que la unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional dirija este trabajo con las diversas áreas generando así una fortaleza.

La presente monografía contiene tres capítulos. En el primero se busca analizar en que consiste un plan de comunicación interna. En el segundo, se pretende destacar la importancia y herramientas de la comunicación interna. En el tercero, procura entender sobre el clima laboral.

Finalmente, se sugiere continuar con los estudios y evaluaciones relacionados al plan de gestión de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en los trabajadores.

Palabras claves: plan de comunicación, comunicación interna, clima laboral.

CAPÍTULO I

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

1.1. Definición de un plan de comunicación

Un plan de comunicación interna es una estructura y/o procedimiento que nos sirve de soporte para hacer llegar de forma efectiva la información brindando mensajes adecuados, asimismo responde a las interrogantes de los individuos en un periodo establecido.

El plan de comunicación interna es una hoja de ruta de comunicaciones que proporciona una guía clara para la comunicación con los empleados.

Para la Escuela Académica Especializada Bussines Scholl (2017), contempla que un plan de comunicación interna mantiene al equipo de comunicaciones interno enfocado y guía sus esfuerzos para que ellos dediquen su tiempo a las actividades adecuadas, las que son más importantes para la empresa y sus objetivos. Además de impulsar la eficacia y eficiencia en los procesos, el plan de comunicación interna permite alcanzar un compromiso con líderes empresariales y socios sobre las estrategias de comunicación interna que pueden encajar mejor con las necesidades y oportunidades de negocio más importantes.

Para Patlán y Flores (2013), contextualiza que un plan de comunicación interna se define como un documento que agrupa estrategias, políticas, acciones y objetivos de comunicación con el fin de poder conocer en cómo mejorar el trabajo, a través de un tiempo determinado.

El plan de comunicación interna se medirá a medida que se vaya realizando su ejecución, por otra parte, el clima laboral será aplicado a través de la Escala Multidimensional de Clima Organizacional (EMCO).

1.2. Importancia de un plan de comunicación interna

Según Ortega (2007), tenemos que:

Las estrategias y acciones de Comunicación Interna deben siempre ajustarse a las líneas básicas del plan de comunicación de la organización, en el que está incluida. Son acciones diversas que se pueden desarrollar puntualmente o tener continuidad en el tiempo con frecuencia estable, pero siempre responden a un plan de acción que comienza con el diagnóstico o identificación de la cultura de la organización, el diseño de acciones, y la optimización de las herramientas de comunicación para implementarlas.

El Plan de Comunicación Interna ha de definir la estrategia global y dejar fijadas las referencias para que las actuaciones que se desarrollen en cada momento sean coherentes y mantengan objetivos y una línea de acción común. El punto de partida es siempre el conocimiento interno de la organización y del contexto que ayuda a comprenderla: las necesidades, los planes de acción, las prioridades de la entidad, la evolución del sector, el comportamiento del entorno y de las organizaciones afines y antagonistas. Los canales formales e informales, los flujos informativos y las características del público interno son partes imprescindibles en el análisis de partida de plan de actuación. Se complementa con un estudio de las necesidades de la organización y de las necesidades de los públicos internos. Los objetivos de la actuación, el tamaño y la actitud del público, y los recursos económicos disponibles servirán para determinar las acciones y las herramientas que se deben emplear en cada caso.

El boceto de plan que el autor esquematiza es el siguiente:

- Conocimiento y análisis del contexto de la organización y de la interrelación con su entorno y las demás organizaciones.
- Establecimiento de los objetivos generales de la comunicación interna e identificación de los atributos que deberían potenciarse a través de ella.
- Definición del tipo de comunicación a establecer en función del tipo, estructura y tamaño de la organización. Se señala también el nivel de participación que tendrán sus miembros en los canales formales y el grado de iniciativa que se permitirá para iniciar ciclos comunicativos.

- Distribución de tareas y competencias. Planificación transversal de responsabilidades.
- Presupuesto económico y catalogación de recursos humanos y materiales disponibles.
- Identificación y segmentación de los públicos internos.
- Identificación de canales y flujos informativos, formales e informales. Identificación de actores colectivos e individuales, de las estructuras de las redes sociales internas, de las zonas de sombra y de los individuos nodales.
- Diseño de las acciones fijas y continuas de comunicación interna especificando los objetivos de cada una, costes, frecuencia, herramienta y material necesario, persona responsable, beneficios o repercusión que puede tener en la organización.
- Diseño de acciones discontinuas o nuevas acciones. Cada una de ellas requiere una estrategia en la que se detalla: justificación de su necesidad, objetivos, repercusión en los objetivos generales de la comunicación interna, estimación de costes, necesidades de material e infraestructuras, estudio de actitudes de públicos y segmentación, herramientas y productos a utilizar, seguimiento y balance.
- Evaluación y balances periódicos de las acciones individuales y de la comunicación interna en su conjunto, atendiendo principalmente a la efectividad en el logro de objetivos, el nivel de reconocimiento de los públicos y estimación del impacto en la mejora de la actividad global de la organización.

Según Jiménez (como se citó por Tuñez, 2011) plantea que lo verdaderamente importante y lo que determina la efectividad del plan interno son las actitudes de la organización, su cultura comunicativa y su modelo de relaciones internas. Todas las actuaciones de Comunicación Interna han de orientarse a definir y mantener una política coherente que se articule en torno al plan en un comportamiento de la organización que atienda a las razones que ha detallado:

- Identidad y personalidad corporativa.

- Benchmarking interno, comparando el modelo de hacer corporativo con los líderes del entorno.
- Proyecto para fomentar el sentido de pertenencia y favorecer que los públicos internos compartan el proyecto.
- Transparencia o puertas abiertas, para generar credibilidad y confianza.
- Cultura de servicio al cliente.
- Anticipación, propiciando actitudes proactivas en los públicos.
- Motivación, más allá de la retribución económica y como forma de dar valor a la capacitación individual.
- Motor de cambio en las dinámicas internas.
- Gestión participada, promoviendo comunicación vertical ascendente.
- Imagen interna favorable, vinculada a la reputación entre empleados.
- Acciones interáreas, estimulando la comunicación horizontal.
- Trabajo de enriquecimiento, para lograr el desempeño individual y procurar actualizaciones continuas.
- Innovación, aceptar propuestas que parten de los públicos internos.
- Formación en comunicación para desarrollar un diálogo interno.
- Concertación democrática, con sistemas de participación y formas de consenso en la resolución de conflictos.

Según el autor Piñuel (es como se citó en Camacho, 2010) un plan de comunicaciones a nivel interno se diseña para determinar la forma en que se desarrollaran los procesos comunicativos al interior de la organización.

Para ello, es necesario tener en cuenta el público, los objetivos y los mensajes que se piensan transmitir. Así mismo, los emisores y las políticas que la organización tiene en cuanto a su identidad corporativa incluyendo valores y principios que determinan el

comportamiento comunicativo de los trabajadores. Es necesario tener en cuenta, además, y hacer una descripción de los soportes técnicos y materiales que se necesitan para difundir la información, seleccionando los mensajes con su respectivo canal.

Para el diseño de un plan de comunicaciones el tiempo juega un papel importante, para ello, es necesario tener para controlar las acciones un calendario que permita revisar las actividades ya enmarcadas en la empresa que necesitan apoyo del área de comunicaciones.

El Plan de Comunicación Interna es necesario en toda organización ya que garantiza que la información sea difundida de forma metódica, organizada, coherente, alineada con la organización para así ser eficiente y eficaz en el logro de objetivos; enviando los mensajes necesarios que permitan mantener al personal informado sobre las actividades y las generalidades que se dan al interior de la empresa.

Según Libaert (2005), señala 10 razones que sustentan la importancia de planificar la comunicación:

- Proporciona el marco general para las acciones.
- Incrementa el valor de la comunicación dentro de la administración.
- Aclara el papel de la comunicación en la actividad de la empresa.
- Abre la oportunidad para el debate interno y puede someter a revisión las decisiones obsoletas.
- Combate la idea de la comunicación concebida como una herramienta.
- Permite el monitoreo, el control y la evaluación.
- Permite la anticipación y el enfoque proactivo.
- Facilita la jerarquización de las prioridades en las acciones programadas.
- Evita las revisiones puntuales.
- Legitima las asignaciones presupuestales en caso de cambio de rumbo

1.3. Objetivo de un plan de comunicación interna

Para Capriotti (2005), contextualiza que podemos establecer un conjunto de objetivos globales que tendrá este intercambio de información entre los miembros de una organización:

- A Nivel Relacional, lo que se busca es establecer una relación fluida entre empleados y empleadores, por medio de canales adecuados entre todos los niveles de la compañía.
- A Nivel Operativo, la intención es facilitar la circulación e intercambio de información entre todos los niveles de la empresa, permitiendo, así, un funcionamiento más ágil y dinámico de las diferentes áreas, y una mejor coordinación entre ellas.
- A Nivel Motivacional, el objetivo es motivar y dinamizar la labor de los miembros de la organización, contribuyendo a crear un clima de trabajo agradable, que redunde en una mejor calidad del trabajo y en la mejora de la productividad y competitividad de la compañía.
- A Nivel Actitudinal, se intenta obtener la aceptación y la integración de los empleados a la filosofía, a los valores y a los fines globales de la organización. Y también se busca crear y mantener una imagen favorable de la empresa en los miembros de la organización.

Sin duda, estos objetivos globales no serán los únicos que se planteen a nivel de Comunicación Interna, sino que servirán de guía y de marco de referencia a otros objetivos específicos o particulares, que se podrán establecer en función de las características de la organización y de la situación en que se encuentre la compañía.

1.4. Funciones de un plan de comunicación interna

Para Robbins y Judge (citado por Tuñez 2011) la Comunicación Interna asume cuatro funciones principales que se identifican con control, motivación, expresión emocional e información.

Control. - Las dinámicas de comunicación se ajustan para que actúen como un mecanismo de control del funcionamiento de la organización en un doble

sentido; como aval de un correcto funcionamiento y como alerta o correctora de situaciones que alteran las pautas organizacionales. El control a través de la comunicación se entiende como la forma de evitar el caos por variaciones de las rutinas de actuación o producción en una organización. Por eso la comunicación es eficaz cuando sirve para transmitir las pautas de funcionamiento y facilitar la integración de nuevos medios, y cuando sirve para mantener las jerarquías de autoridad. Cuando se fijan flujos informativos que piden al empleado que traslade cualquier asunto relacionado con el trabajo a su jefe inmediato, o cuando se la facilitan o recuerdan las políticas internas y externas de la empresa, se está activando la función de control social de la comunicación. El control no siempre se ejerce en flujos verticales ni por canales formales de organización. La presión en el grupo para que la productividad se mantenga en niveles similares entre todos sus miembros se puede ejercer de manera informal entre los propios trabajadores integrantes de ese equipo, que hostigan a los que producen demasiado y a los que producen muy por debajo de la media.

Motivación. - La motivación como ingrediente fundamental de la productividad y en el funcionamiento de una organización está suficientemente estudiada en las teorías clásicas de las necesidades, de Abraham Maslov; de los factores X e Y, de Douglas McGregor, de los factores higiénicos y motivadores, de Frederick Herzberg, de las necesidades, de D. McClelland. Y también en las teorías contemporáneas de la evolución cognitiva (Charms, 1968; Deci 1975; Tang y Hall, 1995; Houlfort et al, 2002), del establecimiento de metas (Locke, 1968); y contrapunto, las teorías de reforzamiento de la eficacia personal o cognitiva social de la equidad (Stacey Adams, 1963); o por la teoría de las expectativas (Vroom, 1964). Motivar a través de la comunicación es explicar al trabajador el modo de mejorar la forma de hacer las cosas o corregir la manera equivocada de realizarlas, pero también hacerle comprender de forma clara qué y cómo se hace, y transmitirle lo que está haciendo bien.

Expresión Emocional. - La comunicación tiene una función de expresión emocional en los entornos organizativos que acaban por convertirse para muchos de sus miembros en el principal escenario de interacción social y, por tanto, en el entorno habitual de satisfacción de las necesidades sociales.

Información. - La comunicación sirve para que circule la información que los individuos o grupos de organización necesitan para evaluar las alternativas posibles y para tomar decisiones.

Según Escuela Académica Especializada Bussines Scholl (2017), nos plantea que los objetivos son:

1. Informar a los empleados acerca de los objetivos de su organización o una iniciativa específica.
2. Permitirles tomar medidas acordes a las circunstancias, la realidad o los cambios.
3. Darles toda la información que les ayudará a alcanzar esos objetivos.

1.5. Proceso de un plan de comunicación

Según el Centro Europeo de Posgrado (2017), plantea que la mejora de los procesos de comunicación interna exige la elaboración de un plan estratégico de comunicación insertado en la cultura de la organización que permita a través de los medios y soportes adecuados cubrir las necesidades de comunicación que presentan los individuos y grupos que componen la organización.

Esta estrategia de comunicación pasa necesariamente por varias etapas:

- A. El primer paso es conseguir un firme compromiso de la alta dirección. Sin el apoyo o con un apoyo insuficiente desde la cúpula directiva es imposible la introducción de cualquier tipo de cambio en la organización.
- B. Realización de un diagnóstico de la situación de comunicación en la organización. Los planes de comunicación deben basarse en una auditoría de comunicación e imagen no en la intuición o gustos del equipo directivo.
- C. La auditoría debe detectar los flujos de comunicación, cuáles son sus puntos débiles y dónde se producen los problemas, conocer las necesidades y expectativas de las

personas implicadas con el nuevo plan de comunicación y proyectar una visión del estado de futuro deseable para la empresa.

- D. Diseño del plan: definición de objetivos, selección de medios, planificación de acciones, temporalización, establecimiento de mecanismos y procedimientos para el seguimiento durante y al final de la implementación.
- E. Implantación y seguimiento. La implantación debe ir acompañada de un sistema de seguimiento y retroalimentación constante.

CAPÍTULO II

LA COMUNICACIÓN

2.1. Definición de la comunicación

Según Stanton, et al. (2007), una primera aproximación para entender el concepto de comunicación es a partir de su etimología. Comunicar viene del vocablo latino *communicare*, que significa “compartir algo, hacerlo común”, y por “común” entendemos comunidad; o sea, comunicar se refiere a hacer a “algo” del conocimiento de nuestros semejantes.

En ese sentido, la comunicación es compartir opiniones, pensamientos y creencias, interactuando dentro en un mismo grupo.

Dentro de una organización la comunicación empieza desde el interior ya que es donde los individuos interactúan y esto se refleja en el exterior, es decir a la población y/o consumidores, que conlleva a exponer la política que existe en la Instituciones.

Andrade (2005), sostiene que la comunicación es el proceso social fundamental. Esta afirmación es muy cierta y por supuesto aplica plenamente al ámbito de las organizaciones. Desde esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de Mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre esta y sus diferentes públicos externos. Más adelante veremos que este intercambio de mensajes se puede dar, y de hecho se da, de muchas maneras y utilizando una amplia variedad de canales.

Segundo, como una disciplina: la comunicación organizacional es un campo del conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de la comunicación dentro de las organizaciones y entre estas y su medio. El desarrollo de esta disciplina es relativamente joven, ya que podríamos ubicar el inicio de los esfuerzos serios y sistemáticos por desarrollarla, así como las primeras obras publicadas sobre la materia, en la década de los 70. También por esos años empiezan a surgir, o en algunos casos a consolidarse, las asociaciones de profesionales en comunicación organizacional, que sin duda le dieron un impulso importante a este campo no sólo en relación a la generación del conocimiento a partir de la

investigación, sino también a la aplicación de estos conocimientos en las organizaciones.

Tercero, como un conjunto de técnicas y actividades: los conocimientos generados a través de la investigación del proceso comunicativo en la organización sirven para desarrollar una estrategia encaminada a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre sus miembros y entre la organización y los diferentes públicos que tiene en su entorno (por ejemplo, inversionistas, clientes, proveedores, gobierno, medios de comunicación, competidores, distribuidores, asociaciones y cámaras, organismos diversos y público en general). En esta acepción, podemos distinguir dos categorías, dependiendo de los públicos a los que se dirige el esfuerzo comunicativo:

2.2. La comunicación en la organización

Según Montiel, et al. (2001), tenemos que:

Comunicación Interna:

Promovemos acciones que potencian la visibilidad, el alcance, y las oportunidades de contacto, que se traducen en más y mejores negocios. Establecemos diálogos con clientes, consumidores, la sociedad, organismos públicos y privados con el propósito de desarrollar la identidad de la organización en el tono justo de sus aspiraciones y necesidades.

- ✓ Estrategia
- ✓ Resolución de problemas
- ✓ Asesoramiento y gestión de medios internos
- ✓ Generación y control de indicadores
- ✓ Capacitación

Comunicación externa:

Promovemos acciones que potencian la visibilidad, el alcance, y las oportunidades de contacto, que se traducen en más y mejores negocios. Establecemos diálogos con clientes, consumidores, la sociedad, organismos

públicos y privados con el propósito de desarrollar la identidad de la organización en el tono justo de sus aspiraciones y necesidades.

- ✓ Estrategias
- ✓ Monitoreo de apariciones
- ✓ Gestión de prensa
- ✓ Presencia Web

2.3. Definición de la comunicación interna

En este capítulo desarrollaremos el concepto de comunicación interna: La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. No olvidemos que las empresas son lo que son sus equipos humanos, por ello, motivar es mejorar los resultados.

La comunicación interna debe ser utilizada en todas las organizaciones y empresas debiéndose entender la función crucial que cumple y el valor que posee, ya que, al saber manejar los mecanismos y herramientas, vamos a poder transmitir la información correctamente a los funcionarios, directivos y empleados de nuestra Institución pública o privada para que cumplan con los objetivos.

Tener una buena comunicación interna implica la participación de todos los prestadores de servicio en la institución, ya que no solo se trata con el cumplimiento de sus labores, es decir el desarrollo de su trabajo, sino impulsar el cumplimiento de las metas. Comunicación interna se diagnostica y se planifica, con la participación de todos, en un esfuerzo de democratización, Prieto (1998).

Para Kreps (1990), la comunicación interna siempre ha existido ya sea estructurada o no, en ese sentido se debe siempre respetar y escuchar las opiniones de los servidores, para tener un buen clima laboral y esto permita generar una buena interacción, el modelo de mensajes compartidos entre los individuos de la organización; es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de la mismas.

Por otro lado, Morales (2012), conceptualiza que las empresas siempre buscan ser consideradas como empresas de calidad para ello la comunicación interna debe ser gestionada, como una herramienta de gestión y es un signo exterior de modernidad para aquellas empresas o instituciones que lo aplican.

Comunicación interna: conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes

2.4. Importancia de la comunicación interna

Según Gaspar (2015), nos contextualiza que la comunicación interna es una herramienta estratégica su importancia radica en hacer una buena utilización de sus funciones para poder generar un trabajo efectivo en los trabajadores lo que conlleva el cumplimiento de los objetivos, ya que se sentirán integrados, lo cual genera la confianza, fidelidad y sentido de pertinencia dentro de la Institución, asimismo permite que el personal se mantenga informado de lo que sucede en la empresa, así se evita chismes o malos entendidos. Por otro lado, la comunicación interna permite que los problemas se resuelvan de forma sencilla, puesto que, escuchando las opiniones de ellos trabajadores, es probable que la resolución de conflictos sea más fácil porque aportan más ideas. Los servidores se sentirán más motivados y valorados.

2.5. Canales de comunicación interna

Kreps (como se citó en Morales 2012), nos orienta a dos canales: formales e informales

- Los canales de comunicación formales están dictados por la estructura planificada establecida para la organización. Los contenidos están referidos a los aspectos laborales y, generalmente, utiliza la escritura como medio (comunicados, memorándum, etc.). La comunicación interna a través del medio escrito es lenta debido a que tiene que cumplir con todas las formalidades burocráticas.

- Los canales de comunicación informal no están planificados y emergen de la interacción social natural entre los miembros de la organización. Los contenidos que fluyen en la comunicación informal es aquel tipo que, a pesar de ser aspectos laborales, utiliza canales no oficiales (reunión en los pasillos, por ejemplo) es más rápida que la formal. Suele estar cargada de aspectos emocionales o sentimentales.

El autor Morales (2012), nos plantea que las comunicaciones internas llegan por tres canales:

- a) Contacto personal: Es un canal que no puede controlarse, pero a la vez es altamente influenciable. Es importante que los niveles jerárquicos estén capacitados para que el mensaje no se distorsione y para mejorar las relaciones interpersonales, como son: reuniones o talleres.
- b) Canales de comunicación controlados: Son responsabilidad del o los departamentos que manejen las comunicaciones internas, como, por ejemplo: revista interna (Recursos Humanos, comunicaciones internas, Relaciones Públicas, personal, etc.)
- c) Canales de comunicación masivos: Son responsabilidad del departamento que maneja la imagen institucional de la empresa, como: intranet o correo electrónico.

2.6. Objetivos de la comunicación interna

Ongallo (2007), afirma que los objetivos deben ser potenciar y ordenar el flujo de la información, tanto en los canales ascendentes, descendentes y horizontales; sensibilizar a los miembros de la empresa en los manejos de las herramientas de comunicación; y servir como instrumento de difusión a las iniciativas de la organización.

Según Vértice (2008), contextualiza que la comunicación interna es un instrumento de gestión de las Relaciones Públicas (RR. PP), es el intercambio planificado dentro

de la empresa, tiene como objetivo establecer un conjunto de proceso de la transmisión de la información que contribuyan a lograr los objetivos empresariales:

- a. Desarrollar a mantener adecuadas relaciones interpersonales.
- b. La facilitación de las relaciones entre la empresa y las personas que lo integran.
- c. La elaboración de la información que recibirá el personal de la empresa respecto a los objetivos empresariales.
- d. Orientar y desarrollar la información para la motivación de los comportamientos de los trabajadores.

2.7. Flujos de la comunicación interna

Para Ongallo (2007), la comunicación que se establece en toda empresa se puede clasificar según los niveles de los individuos que intervienen en ella a partir de las funciones que desempeñan. Existen tres niveles: un primer nivel, la dirección, un segundo nivel formado por los mandos intermedios y un tercer nivel integrado por el personal colaborador.

Horizontal. - El fin es comunicar a los niveles inferiores de la organización las órdenes o noticias que emanan de los niveles superiores (dirección, gerencia y personal colaborador)

Vertical. - El fin es obtener datos y noticias relativas a la moral laboral del personal, socios y colaboradores, sus aspiraciones, deseos y opiniones

Ascendente. - El fin es promover el intercambio de datos e impresiones entre los miembros de un mismo nivel jerárquico o de su mismo grupo.

2.8. Herramientas de comunicación interna

Las herramientas de comunicación nos permiten conocer y analizar los canales por los que se transmitirá nuestra información, las mismas que serán utilizadas por los directivos, funcionarios y servidores.

Tomando el concepto de Kreps (1990), la comunicación interna se dirige hacia el establecimiento de una estructura y estabilidad de la organización al conducir actividades de organización.

Nos brinda estas herramientas:

- Notas internas operativas.
- Reuniones con miembros del equipo.
- Tablones de anuncios.
- Seminarios y cursos.
- Memorándum para informar sobre anuncios de la institución.
- Grupos de trabajo interdepartamentales.
- Reuniones con otras divisiones.
- Actos o eventos internos.
- Manual de acogida.
- Memoria.
- Grupos de mejora.
- Plan de comunicación interna.
- Revista interna.
- Video o CD corporativo.
- Encuestas de clima laboral.
- Buzón de sugerencias.
- Intranet.
- Círculos de calidad.
- Auditoria de comunicación.
- Teléfono de información.

2.9. Funciones de la comunicación interna

Según Morales, (2012) sustenta que la comunicación es imprescindible a la hora de diseñar y presentar las reglas, las distintas tareas y responsabilidades a los miembros de organización, y se utiliza para coordinar todas las actividades. Presenta tres funciones claras:

- a) Información: Una buena información es imprescindible para que las personas estén motivadas al realizar su trabajo y lo desarrollen correcta y eficientemente.
- b) Explicación: Para que las personas puedan identificarse con los objetivos que persigue la empresa deben conocer y comprender las razones de las órdenes que reciben y las decisiones dentro de la misma. Y todos los departamentos deben estar informados puntualmente de la marcha y funcionamiento de sus tareas.
- c) Interrogación: Es muy importante, para fomentar la comunicación entre los distintos departamentos que componen el total de organización, crear el hábito de hacer preguntas de aclaración, permitir el intercambio de información y abrir la posibilidad de diálogo entre sus miembros.

CAPÍTULO III

CLIMA LABORAL

3.1. Definición del clima laboral

Según Federico y Gaspar (2007), conceptualiza que el clima es un reflejo nítido de la vida interna de una empresa u organización, es decir que los sentimientos, actitudes y expresiones que reflejen los trabajadores es el sentir de comunicación dentro de la institución, por ello, el clima afecta directamente al grado de compromiso e identificación de los miembros de la organización, (p. 176).

Cuando una institución tiene buen clima tiene una alta probabilidad de conseguir un nivel significativo de identificación de sus miembros; en tanto que una organización cuyo clima esté deteriorado no podrá esperar un alto grado de identificación.

El clima es afectado por diferentes variables estructurales, como estilo de dirección, políticas y planes de gestión, sistemas de contratación y despidos, promoción y movilidad funcional, etc.

Por otra parte, contextualiza Fernández, (2014), que el clima laboral es considerado un resultado que se realiza a través de un conjunto de apreciaciones que describen un ambiente de trabajo y son obtenidas de trabajadores que impactan en su desempeño laboral.

3.2. Importancia del clima laboral

Un agradable clima laboral es sumamente importante para lograr la satisfacción de los trabajadores y, por lo tanto, su productividad aumenta.

Tener un buen clima laboral es la clave para que una empresa aumente su productividad y tenga trabajadores eficientes, leales y felices.

1.3. Tipos de clima laboral

Según Gaspar (2017), destaca:

- a) Clima autoritario. - La institución toma las decisiones e impone al personal. No existe confianza y los empleados están dentro de una atmosfera de miedo y amenazas. Este tipo de clima presenta un ambiente estable y la comunicación solo se dé instrucciones sobre el trabajo.
- b) Clima participativo. - Se basa en la confianza de sus trabajadores al momento de la toma de decisiones en la institución, si bien se respeta la jerárquica, pero se considera los niveles inferiores. La comunicación es de tipo ascendente. Este tipo de clima se da para alcanzar los objetivos institucionales.
- c) Clima consultivo. - La comunicación es de tipo descendente, la dirección toma las decisiones, pero a la vez consulta con los niveles inferiores, este tipo de clima se da un ambiente bastante dinámico.
- d) Clima paternalista. – La dirección toma decisión, pero también se toma en escalones inferiores. Este tipo de clima, es un ambiente estable y estructurado. Existe recompensas y castigos como método para motivar a los trabajadores.

3.4. Relación del clima laboral con la comunicación interna

Una buena comunicación interna se refleja en un mejor clima. Para que una organización alcance el logro de sus metas y objetivos es crucial tener una buena comunicación interna, para ello existen cuestiones de la comunicación que perjudican el buen clima laboral:

- Los rumores antes de que salga la información por vía formal.
- Críticas y ataques en las reuniones.
- Falta de información veraz.
- Reuniones sin empatía y poco productivas.
- El jefe no escuche ni respete las ideas.
- Distorsión de los mensajes dados entre los diferentes niveles jerárquicos.
- Comunicación informal negativa.
- Baja motivación.

- Inadecuado tratamiento de las quejas.

En el estudio de Federico G. y Gaspar B. (2007), menciona que estas situaciones evidencian carencias y necesidades de mejora en la comunicación, que además provocan un impacto negativo sobre las interacciones y actitudes colectivas que conforma el clima, (p. 182).

Como resultado traerá impacto sobre las tareas que realizan, ya sea retrasos, incumplimiento o errores en las labores. Asimismo, el impacto sobre las actitudes y sentimientos de los empleados en la institución.

CAPÍTULO IV

MARCO REFERENCIAL

4.1. Antecedentes de la investigación:

En el contexto internacional existen diferentes investigaciones que tratan de dar solución a lo que refiere la comunicación interna en los trabajadores de una empresa o institución a nivel mundial, a continuación, encontramos las siguientes investigaciones:

- Balarezo (2014), en Ecuador en su tesis “La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive, concuerda con el presente estudio, porque menciona que las falencias que presenta la comunicación organizacional interna está repercutiendo sobre la coordinación de las actividades dentro de la organización además que la comunicación organizacional influye directamente sobre la baja productividad de la empresa San Miguel Drive así como también en las actitudes de los trabajadores. Muchos de los trabajadores de la empresa conocen muy poco los tipos de comunicación que existen dentro de la institución, y califica como regulares los medios de comunicación internos con los que cuenta San Miguel Drive.
- Villamil (2017), en Bogotá en su tesis titulada “La comunicación interna como herramienta estratégica en la empresa: un análisis desde la gestión organizacional”, concuerda con el presente estudio que la comunicación interna es una herramienta de gran valor en la organización, porque conlleva al desarrollo de los propósitos, metas y objetivos de la empresa, generando un acercamiento entre los miembros de la misma. La comunicación interna fomenta un ambiente laboral satisfactorio entre compañeros de área, Jefes a subalternos y entre las diferentes áreas que componen la organización, fomentando confianza, claridad y más fluidez en las actividades a desarrollarse.

Al nivel Nacional tomaremos en cuenta estas investigaciones:

- Benítez (2012), en Trujillo en su tesis “Clima organizacional y el desempeño laboral de los trabajadores del consorcio La Arena S.A.C.”, estudio transeccional

descriptiva realizado a los 168 colaboradores de esta empresa concuerda con la presente investigación que el clima laboral está dentro de la información, el desarrollo personal y la comunicación fluida en el ámbito del personal administrativo se puede entender que se trabaja el compromiso la colaboración y sus capacitaciones.

- Trujillo (2017) en Lima, en su tesis “Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas; 2017”, concuerdan con el presente estudio que la comunicación trabajada internamente influye mucho tanto en el clima organizacional como laboral, de todos los colaboradores que trabajan en la empresa dentro del sector de energías y minas.

En el contexto local se encontró estas investigaciones:

- Aquino (2022), en Casma en su tesis “Identidad Corporativa y Comunicación Interna en la Municipalidad Provincial de Casma, 2021”, concuerda con el presente estudio que sugiere que se implante estrategias para llevar a cabo una adecuada comunicación en los diferentes sentidos interna, esto permitirá direccionar la comunicación en atención a valores y objetivos de la organización. También recomienda incentivar contenido de mensaje forma, para que la comunicación sea más claro, comprensible y preciso. La oficina de Relaciones Públicas e Imagen Institucional de la municipalidad empleó acciones efectivas a fin de gestionar la comunicación interna con mayor eficiencia.
- Gavidia y Gómez (2017), en Chimbote en su tesis “Diagnóstico de la comunicación interna en el personal; 2017”, concluyó que el tipo de comunicación interna que es usado con mayor frecuencia en la Municipalidad Distrital de Santa - 2016 es la comunicación formal, sin embargo esto se refiere solo a la parte documentaria de la institución; mientras la comunicación informal es la que usan mayormente los trabajadores para enterarse de hechos que sucede en la municipalidad (rumores), ocasionando conflictos entre compañeros y áreas de trabajo.
- Armas y Pintado (2011) en Chimbote en su tesis “Diagnóstico de la comunicación interna en los trabajadores y trabajadoras del Hospital Regional Eleazar Guzmán

Barrón”, concuerda con el presente estudio que el 86.7% de los trabajadores y trabajadoras afirman que la comunicación interna es deficiente, además la comunicación ascendente es mala, no existe facilidad y receptibilidad para dirigirse a los jefes, a su vez asumen que impera la comunicación descendente clasificándola como órdenes y no de sugerencias. Asumen que la implantación tecnológica es deficiente, obsoleta, carecen del servicio de intranet, además el trámite documentario interno también es deficiente. En la investigación lograron encontrar barreras psicológicas ya que existen rivalidades y diferencias entre compañeros y áreas de trabajo.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

- Concluimos que la gestión de comunicación interna incrementa la productividad de los colaboradores.
- La comunicación interna en una institución debe utilizar canales formales para evitar rumores y distorsión de la información entre los trabajadores.
- Las herramientas de comunicación interna deben ser utilizadas de forma adecuada para generar una comprensión de las metas de cada área de la institución y los trabajadores desempeñen una adecuada gestión laboral y personal.
- Las continuas críticas y ataques que reciben los trabajadores generan que no se sientan identificados con la institución y así desfavorece el rendimiento de las tareas encomendadas.
- El clima laboral en la Municipalidad Provincial de Casma, debe ser participativo, se basa en tener en cuenta las habilidades de los trabajadores al momento de encomendar las tareas.

CAPÍTULO VI

RECOMENDACIONES

- Se propone que la jefatura de Imagen Institucional y Relaciones Públicas ejecute un plan de gestión de comunicación interna, aplicando estrategias adecuadas a su área, para direccionar la comunicación a los lineamientos y objetivos de la organización (anexo 02).
- La Municipalidad provincial de Casma requiere implementar adecuadas herramientas de comunicación interna que contribuya con el desarrollo de las metas fijadas por la comuna dentro de su gestión institucional.
- Realizar un taller para conocer las habilidades del personal administrativo y obreros con la finalidad de fomentar conciencia de los jefes acerca de las capacidades de su personal dentro de la organización, se promoverá un clima laboral adecuado, que fortalezca los lazos de confraternidad entre los jefes y sub alternos dentro de la institución.
- Los gerentes de área de cada sector de la institución necesitan fomentar el desarrollo de las ideas y proyectos brindadas por sus trabajadores, valorando su esfuerzo por mejorar su centro de trabajo.
- Se sugiere continuar con los estudios y evaluaciones relacionados al plan de gestión de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en los trabajadores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Morales F. (2012). *La Comunicación Interna: herramienta estratégica de gestión para empresas excelentes. Aprende Rh. La Revista de Recursos Humanos y de e-learning*. Pg. 46-51. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4073313>
- Kreps Gary Gary L. (1990). *Comunicación organizacional: teoría y práctica* (2ª edición) Longman. New York.
- Ongallo, C (2007). *Manual de comunicación: Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones* (2ª edición), Dykinson, 2007. (Archivo PDF) <http://www.comunicacioninterna.pe/pdf/pdf5.pdf>
- EAE Busines Scholl, (2017). *Plan de Comunicación Interna*. Recuperado: <https://retos-directivos.eae.es/es-importante-la-comunicacion-interna-en-una-empresa/#>
- Centro Europeo de Posgrado, *Comunicación Interna*. Recuperado de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-comunicacion-interna.html>
- Espublico, (2019), *Estilos de liderazgo y variables críticas de motivación*. Recuperado: <https://www.administracionpublica.com/estilos-de-liderazgo-y-variables-criticas-de-motivacion/>
- Federico Gan y Gaspar Berbel (2017), *Manual de recursos Humanos, p. 176-187*: https://books.google.com.pe/books?id=xTaAvxr2yPQC&pg=PA173&dq=clima+laboral+definicion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj-7574_vf6AhUbD7kGHWmOBmEQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=clima%20laboral%20definicion&f=false
- En Trujillo, Benítes (2012), *“Clima organizacional y el desempeño laboral de los trabajadores del consorcio La Arena S.A.C.”*: https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3310/benites_ikoll.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lima, Trujillo (2017) en su tesis *“Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas; 2017”*:

<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2193/TESIS%20DE%20OTRUJILLO%20MARI%c3%91O%20LUPE%20KARIN.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Ecuador, Balarezo (2014), en su tesis titulada *“La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE:* <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6696/1/132%20o.e.pdf>

Bogotá, Villamil (2017), en su tesis titulada *“La comunicación interna como herramienta estratégica en la empresa: un análisis desde la gestión organizacional”:* <https://docplayer.es/227494233-Universidad-nacional-mayor-de-san-marcos-universidad-del-peru-decana-de-america.html>

Porras, M. (2017), en su tesis titulada (Archivo PDF): [file:///C:/Users/PCIMAGEN/Downloads/Porras_VMJ%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/PCIMAGEN/Downloads/Porras_VMJ%20(1).pdf)

T. Aquino, 2022, en su tesis titulada *“Identidad Corporativa y Comunicación Interna en la Municipalidad Provincial de Casma, 2021”*, p. 36. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/87149/Aquino_ODT-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXO N° 01

**“PROPUESTA DE PLAN DE GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA
FORTALECER EL CLIMA LABORAL EN LOS TRABAJADORES DE LA
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CASMA”**



Fuente: logotipo de la Municipalidad Provincial de Casma

1. Auditoria de imagen y comunicación

1.1. Tabla 1: Evaluación de la imagen de la institución.

Imagen deseada de la institución	Generar confianza comunicacional y motivacional entre el personal que labora en la institución.
Imagen percibida de la institución	El actual nivel de comunicación interna que se da entre el personal que labora en la Municipalidad Provincial de Casma, es deficiente.
Imagen proyectada de la institución	Se pretende mejorar el nivel de comunicación interna entre el personal que labora en la institución.

Tabla 1: Adaptado de Tesis “Propuesta de plan de comunicación interna para la unidad de imagen institucional del Gobierno Regional de Áncash”, M. Porras, 2017, pag. 138.
[file:///C:/Users/PCIMAGEN/Downloads/Porras_VMJ%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/PCIMAGEN/Downloads/Porras_VMJ%20(1).pdf)

1.2. Análisis del entorno

Tabla 2: Evaluación del entorno

Características	Positiva en la institución	Negativa en la institución
- Nivel de comunicación		X
- Canales de comunicación		X
-Herramientas de comunicación		X
-Clima laboral		X

1.3. Posicionamiento de la institución

Características:

- En la actualidad la comunicación interna entre el personal que labora en el Municipalidad Provincial de Casma, es deficiente.
- La institución no cuenta con herramientas ni estrategias de comunicación interna.

2. Recopilación de la información

Tabla 3: Consulta de documentación

Documentos	Si/No	Conclusiones
Informes de resultados	No	
Evaluación de proyectos	No	
Estudios sectoriales	No	
Material institucional	No	

3. Análisis DAFO Debilidades Fortalezas

AMENAZAS	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Renovación del personal. - No se logre cumplir con los objetivos. - Situación económica-social de la provincia de Casma. 	<ul style="list-style-type: none"> - Predisposición de participar en el plan de comunicación. - Ganas de trabajar. - Cuenta con profesionales que conocen sobre las herramientas de los niveles de comunicación interna. - La Municipalidad de Casma es una institución reconocida.
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - La institución no cuenta con un plan de comunicación interna. - La institución no tiene herramientas de comunicación descendente. - La institución no tiene herramientas de comunicación. - No exista el tiempo que merece cada actividad. - Desconocimiento de las funciones. 	<ul style="list-style-type: none"> - El municipio no cuenta con un plan de comunicación y este sería el indicado. - Lograr los objetivos estratégicos de la institución

4. Objetivos

- Mejorar el nivel de comunicación interna entre el personal que labora en la Municipalidad Provincial de Casma.
- Aumentar la relación comunicacional entre el personal que labora en el Municipalidad Provincial de Casma.
- Generar motivación entre el personal que labora en el Municipalidad Provincial de Casma.
- Propiciar la identificación en la institución.

- Promover la intervención activa entre el personal que labora en el Municipalidad Provincial de Casma en la toma de decisiones para vigorizar la identidad institucional.

5. Misión y visión

5.1. Misión

Organizar, planificar y conducir la propuesta del plan de gestión comunicación interna para fortalecer el clima laboral en los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Casma.

5.2. Visión

Mediante la propuesta del plan de gestión de comunicación interna se pretende fortalecer el clima laboral en los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Casma para así lograr los objetivos estratégicos trazados.

6. Público estratégico

Público objetivo	Características
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajadores nombrados • Trabajadores CAS • Locadores 	Personal permanente Personal contratado Personal contratado

7. Estrategias de comunicación.

	TIPO DE HERRAMIENTA	PLAN DE ACTIVIDADES
PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA LABORAL		<ul style="list-style-type: none"> Realizar un diagnóstico de la comunicación interna de los trabajadores de la MPC Precisar el grado de identificación de los trabajadores hacia su institución. Analizar los instrumentos de gestión de comunicación interna de la MPC.
	CARTA DE FELICITACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Los gerentes y subgerentes de la Municipalidad Provincial de Casma enviarán cartas de felicitaciones a los trabajadores que logren los objetivos en su área.
	BUZONES DE SUGERENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> El personal de la Unidad de RR. PP. e Imagen Institucional elaborará el buzón de sugerencias, para que los trabajadores emitan quejas, sugerencias o reclamos sobre la problemática comunicativa existente en la Municipalidad Provincial de Casma. Los gerentes y subgerentes, a través de este buzón podrán mejorar el nivel de comunicación interna en la Municipalidad Provincial de Casma. El buzón de sugerencias estará ubicado en la puerta de ingreso de la institución.
	REUNIONES PERIÓDICAS	<ul style="list-style-type: none"> Semanalmente los gerentes y subgerentes de la Municipalidad Provincial de Casma tendrán reuniones para escuchar a los trabajadores sobre sus necesidades y mejoras.
	FACEBOOK	<ul style="list-style-type: none"> Los gerentes de la Municipalidad Provincial de Casma, brindarán información, videos y fotografías que serán publicado en la red social Facebook, para que sociabilicen e

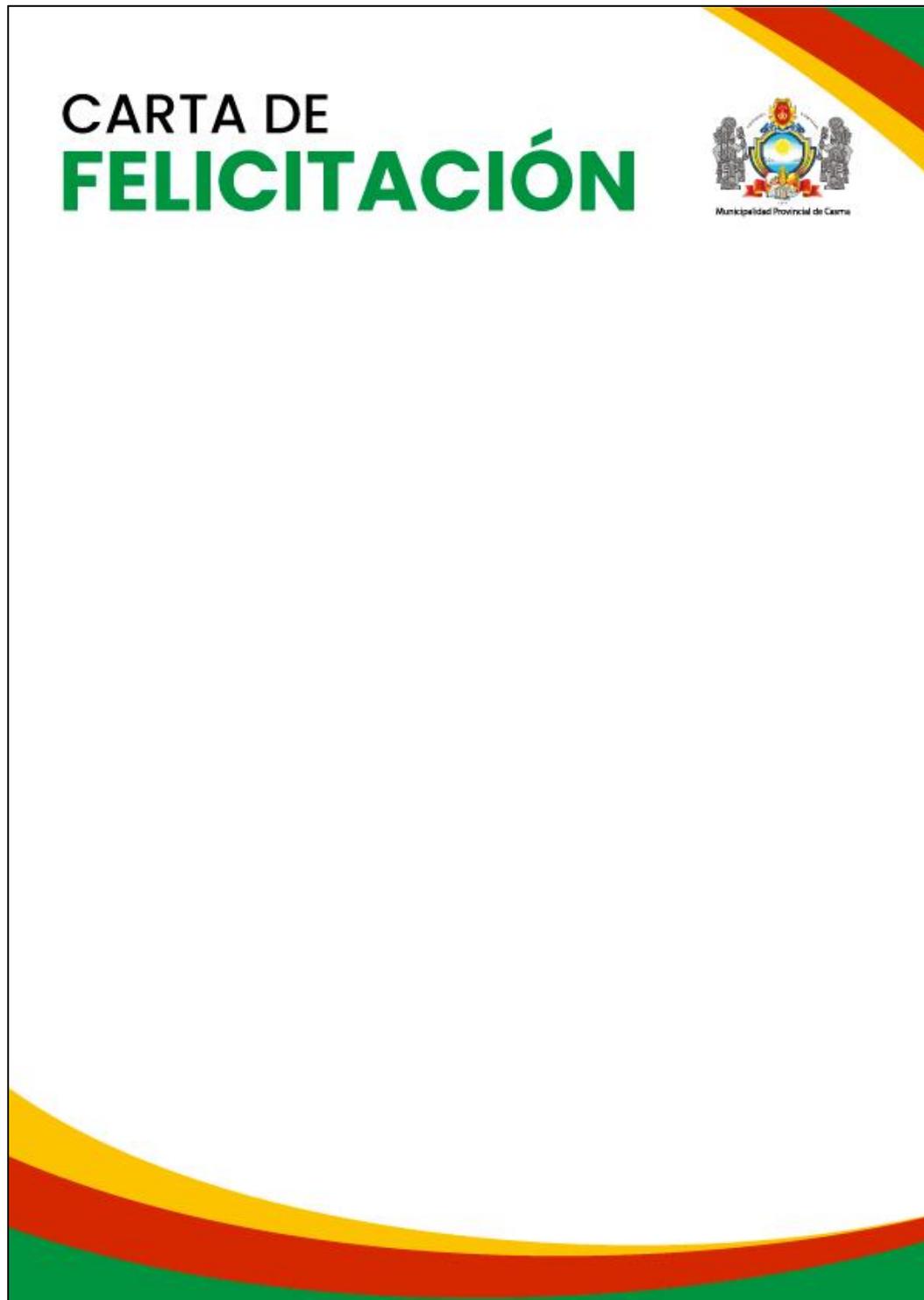
		informen a los trabajadores y comunidad.
	FOLLETOS	<ul style="list-style-type: none"> • Los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Casma brindarán información a la Unidad de RR. PP. E Imagen Institucional para que esté realice la elaboración de folleto que resalten las acciones que vienen realizando. • La elaboración y actualización del folleto estará a cargo del personal de la Unidad de Relaciones Públicas.
	PERIÓDICO MURAL	<ul style="list-style-type: none"> • La Unidad de RR. PP. E Imagen Institucional, diariamente actualizará las informaciones del periódico mural, para que el personal este informado de los aconteceres de la institución. • La preparación y actualización de las informaciones estará a cargo del personal de la Unidad de Relaciones Públicas. • Los trabajadores publicaran en el periódico mural los avisos, comunicados y pronunciamientos actualizados.
	CIRCULARES	<ul style="list-style-type: none"> • Los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Casma emitirán informaciones oficiales, mediante la elaboración de circulares, el cual va a permitir que los gerentes se conviertan en los voceros institucionales. • Los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Casma emitirán circulares a los

		gerentes dando a conocer sus peticiones.
	REVISTA INSTITUCIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Casma enviarán información a la Unidad de Imagen Institucional sobre las acciones y actividades que vienen realizando. • La revista institucional será confeccionada mensualmente por la Unidad de RR. PP. E Imagen Institucional. • La confección de la revista institucional estará a cargo del personal de la Unidad por la Unidad de RR. PP. E Imagen Institucional.
	TRABAJO EN EQUIPO	<ul style="list-style-type: none"> • Los gerentes y los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Casma efectuarán trabajos en equipo para poder dinamizar el trabajo. • Los gerentes y los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Casma realizando trabajos en equipo lograrán la unidad institucional. • Con el trabajo en equipo entre los gerentes y los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Casma se logrará cumplir los objetivos estratégicos institucionales. • La organización del trabajo en equipo estará a cargo del personal de la Unidad de Imagen Institucional de la Municipalidad Provincial de Casma.
	MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA	<ul style="list-style-type: none"> • La confección del Manual de comunicación interna estará a cargo del personal de la Unidad de RR. PP. E Imagen Institucional. • Garantizar la correcta aplicación del logotipo, simbología, y garantizar la coherencia de su expresión en todo tipo de soportes, tanto gráficos, como físicos, audiovisuales o interactivos. • Asienta las bases para la comunicación y transmisión de los lineamientos de la institución, así como la diferenciación de las demás entidades.

8. Plan de Medios

SOPORTE DE COMUNICACIÓN	CARACTERÍSTICAS	VENTAJAS
Carta de felicitación	Valoración del personal	Motivar al personal de la institución para que siga superándose en su trabajo.
Buzón de sugerencia	Acopiar sugerencias	Se recoge las sugerencias del personal para poder potencializar las debilidades.
Facebook	Interactividad	Publicar y compartir información, a través de las redes sociales de interés institucional.
Circulares	Información que se tiene que cumplir al pie de la letra	Los gerentes emiten directivas para el fiel cumplimiento de obligaciones por parte del personal.
Periódico mural	Informar sobre las actividades institucionales	El personal de la institución tiene que estar informado sobre las acciones institucionales que se vienen ejecutando.
Manual de identidad corporativo	Dar a conocer las instrucciones que se tienen que cumplir	Directivas internas que tienen que cumplir junto al personal la correcta aplicación sobre las bases para la comunicación y trasmisión de los lineamientos de la institución.
Revista institucional	Generar contenidos sobre las acciones institucionales	Informar mensualmente sobre las actividades institucionales que se vienen realizando.
Página web	Visibilizar las actividades institucionales	El personal que labora en la institución podrá publicar las actividades que realiza.

- **ELEMENTOS DE IDENTIDAD VISUAL**



- PÁGINA DE FACEBOOK

Municipalidad Provincial de Casma
30 mil seguidores • 137 seguidos

Nuevos y Modernos Complejos Deportivos
Gobierno de la gente Haciendo Historia!!

A.H. DE SEPTIEMBRE | A.H. DE OCTUBRE | LA CORUNA
Ejecutamos más Obras...!!!

Intro
CASMA Gestión 2019 - 2022 | #GobiernoDeLaGente

- Page - Government organization
- Casma, Peru
- (043) 412063
- municasma@hotmail.com
- municasma.gob.pe
- Always open

Destacados

Municipalidad Provincial de Casma
8 de octubre a las 18:59
#ModernidadParaCasma
Principal Av. Fernando Lomparte ya luce con nuevo asfaltado...

Municipalidad Provincial de Casma
7 de octubre a las 11:54
#AutoAboga
OBRA DEL PARQUE RAMO...

Publicaciones

Municipalidad Provincial de Casma
3 h
ALCALDE ANUNCIA MEJORAMIENTO DE CALLES EN A.H. JULIO MELÉNDEZ PARA COMPLEMENTAR OBRA INAUGURADA EN A.H. VILLA SOTELO
Trabajando en beneficio de la población. El alcalde provincial Luis Alarcón Llana anunció que ya tiene la resolución de la aprobación del expediente técnico para ejecutar el mejoramiento de calles en el asentamiento humano Julio Meléndez, trabajos que la población y los dirigentes han pedido en varias ocasiones y que no se pudo concretar por problemas de... Ver más

MEJORAMIENTO DE CALLES EN A.H. JULIO MELÉNDEZ
ALCALDE ANUNCIA MEJORAMIENTO DE CALLES EN A.H. JULIO MELÉNDEZ PARA COMPLEMENTAR OBRA INAUGURADA EN A.H. VILLA SOTELO

+2

- PERIODICO MURAL



- **CIRCULAR**



✉ municasma@hotmail.com

📍 Av. Bolivar, Casma 02661

📞 (043) 41 20 63

Gerente de Servicios Públicos

• PÁGINA WEB

The screenshot displays the official website of the Municipality Provincial de Casma. At the top, it features the date 'miércoles, 26 octubre, 2022 12:43' and the municipality's name. A navigation bar includes links for 'INICIO', 'MUNICIPALIDAD', 'SERVICIOS MUNICIPALES', 'OBRAS Y PROYECTOS', 'CENTRO DE INFORMACIÓN', 'NORMAS LEGALES', and 'TRANSPARENCIA'. The main content area is divided into several sections: 1. Emergency Services: A prominent section titled 'TELÉFONOS DE EMERGENCIA' lists various services and their contact numbers, such as 'BASE DE SERENAZGO' (043-750380), 'COMISARIA DE CASMA' (043-412340), 'COMPANIA DE BOMBEROS' (043-412626), 'CENTRO EMERGENCIA MUJER' (043-357176), 'HOSPITAL DE CASMA' (043-411524), 'ESSALUD' (043-411230), and 'COE - COVID CASMA' (922776250 and 959937977). 2. News and Updates: A section titled 'A Presión De Autoridad Municipal Y Dirigentes Sedachimbote Asume Compromiso' features a video player and a text update about the 'OPERATIVO POZO SAN ANTONIO DEL PILAR'. Below this, there are several news snippets with images and titles, including 'REGIDORES SUPERVISAN OBRAS EJECUTADAS POR COMUNA PROVINCIAL EN EL DISTRITO DE YAUTAN' and 'MUNICIPALIDAD ABASTECE CON VÍVERES A COMEDORES POPULARES'. 3. Social Media: A 'SIGUIENOS' section promotes the municipality's presence on Facebook and Twitter. 4. Services: A row of icons represents 'TRIBUTOS MUNICIPALES', 'TUPA', 'ACCESO A LA INFORMACIÓN', and 'LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO'. 5. Footer: The bottom of the page contains logos for various government entities like COFOPRI, SCS, SCSCE, SUNAT, and others, along with a map of the Casma region and contact information: 'Copyright © 2022. Municipalidad Provincial de Casma. Todos los derechos reservados. Av. Plaza de Armas s/n | 043 412000 | municipalidad@munpro.casma.gob.pe'.

• **MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL**



A grid of 21 thumbnail images representing different pages from the visual identity manual. Each thumbnail includes a title and a brief description of the content:

- Mesa de trabajo 1-100: Cover of the manual.
- Mesa de trabajo 2-100: Índice (Index).
- Mesa de trabajo 3-100: INTRODUCCIÓN (Introduction).
- Mesa de trabajo 4-100: MISIÓN (Mission).
- Mesa de trabajo 5-100: IDENTIFICACIÓN VISUAL CORPORATIVA (Corporate Visual Identification).
- Mesa de trabajo 6-100: MISIÓN VISUAL (Visual Mission).
- Mesa de trabajo 7-100: MISIÓN VISUAL (Visual Mission).
- Mesa de trabajo 8-100: MISIÓN VISUAL (Visual Mission).
- Mesa de trabajo 9-100: MISIÓN VISUAL (Visual Mission).
- Mesa de trabajo 10-100: MISIÓN VISUAL (Visual Mission).
- Mesa de trabajo 11-100: MISIÓN VISUAL (Visual Mission).
- Mesa de trabajo 12-100: MISIÓN VISUAL (Visual Mission).
- Mesa de trabajo 13-100: MISIÓN VISUAL (Visual Mission).
- Mesa de trabajo 14-100: MISIÓN VISUAL (Visual Mission).
- Mesa de trabajo 15-100: MISIÓN VISUAL (Visual Mission).
- Mesa de trabajo 16-100: APLICACIONES PRIMARIAS (Primary Applications) and TABLERA PERSONAL (Personal Board).
- Mesa de trabajo 17-100: APLICACIONES PRIMARIAS (Primary Applications) and PÁGINA MEMBRADA (Perforated Page).
- Mesa de trabajo 18-100: APLICACIONES PRIMARIAS (Primary Applications) and FOLIOS (Folios).
- Mesa de trabajo 19-100: CREDENCIAL DEL PERSONAL (Personal Credential).
- Mesa de trabajo 20 copia 2-100: DISEÑO PARA MEDIOS DIGITALES (Design for Digital Media).
- Mesa de trabajo 20 copia 3-100: MERCHANDISING (Merchandising) and POLOS (Caps).
- Mesa de trabajo 20 copia 4-100: MERCHANDISING (Merchandising) and CASACAS (Coats).
- Mesa de trabajo 20 copia 5-100: MERCHANDISING (Merchandising) and GORRAS (Hats).
- Mesa de trabajo 20 copia 6-100: MERCHANDISING (Merchandising) and LLAVEROS (Keys).
- Mesa de trabajo 20 copia 7-100: MERCHANDISING (Merchandising) and BLOCKS.
- Mesa de trabajo 20 copia 8-100: MERCHANDISING (Merchandising) and BOLSA (Bag).
- Mesa de trabajo 20 copia 9-100: MERCHANDISING (Merchandising) and MASCARILLAS (Masks).
- Mesa de trabajo 20 copia 10-100: MERCHANDISING (Merchandising) and CHALECO (Vest).
- Mesa de trabajo 20 copia 11-100: MERCHANDISING (Merchandising) and ALCOHOL (Alcohol).
- Mesa de trabajo 20 copia 12-100: MERCHANDISING (Merchandising) and EQUIPO DE PROTECCIÓN (Protective Equipment).
- Mesa de trabajo 20 copia-100: DIPLOMA (Diploma).
- Mesa de trabajo 20-100: VISITANTE (Visitor).
- Mesa de trabajo 21 copia 13-100: Cover of the manual.

● REVISTA INSTITUCIONAL

NUEVOS PROYECTOS DE IMPACTO

Una piscina semiolímpica y otra para niños se proyecta construir en el estadio municipal Valeriano López Mendiolza para convertirlo en un centro recreacional al considerarse también juegos. Asimismo, el parque infantil La Cañeta frente al estadio se construirá con modernos de recreación, sumado al complejo deportivo de grass sintético y línea de concreto para las disciplinas deportivas. También se proyecta el gran parque recreacional y deportivo Ramón Castilla. Obras de impacto para Casma.

PISCINA MUNICIPAL Y PARQUE INFANTIL "PACO GONZALES"



MEJORAMIENTO DEL ISTEP - CASMA



PARQUE RECREATIVO "FRAY MARTÍN"



PARQUE RECREATIVO "RAMÓN CASTILLA"



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CASMA

GOBIERNO DE LA GENTE



Gobierno con Rostro Humano

LOGROS GESTIÓN: 2019-2022




Lucbe Akesson
Alcalde Provincial de Casma

RECUPERACIÓN DE ESPACIOS Y LOCALES PÚBLICOS

Principio de Autoridad

Los espacios públicos contribuyen a que la ciudad alcance el desarrollo. Por eso es importante que aquellos sitios ocupados por informales sean ahora lugares de grandes obras y proyectos en beneficio de la población. Casma es una gran urbe en crecimiento, por lo tanto, requiere espacios libres para la recreación, lo que repercute en la calidad de vida de los habitantes.

MERCADO EL PALMO



PARADA INDEPENDENCIA



BASE SERENAZGO



EX- ONG ANAWIN

ARCHIVO MUNICIPAL



Ex Academia Pitágoras

El principio de autoridad ha logrado que esta gestión tome las riendas del progreso de la ciudad y en los espacios antes ocupados por terceras personas, ahora se realicen proyectos sociales importantes que impactan en el bienestar social, como la recuperación del local de la ONG Anawin, donde hoy funciona la base de Serenazgo y el desalojo de un ambiente municipal que ocupaba la Academia Pitágoras y hoy recuperado a disposición de la comuna.

BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN PÚBLICA DURANTE LA PANDEMIA

El 16 de marzo del 2020 se declaró la emergencia sanitaria en el Perú. Las muertes empezaron a aumentar con el pasar de los días. Entonces, la Municipalidad Provincial de Casma implementó el Centro de Operaciones de Emergencia, denominado COE COVID-19, un programa municipal que entregó alimentos, medicinas y brindó consultas médica y psicológica a la población vulnerable de la provincia de Casma. Además fortaleció la atención primaria de salud. El proyecto COE COVID-19 obtuvo el primer lugar como "Buenas prácticas de Gestión Pública" durante la pandemia, lo que mereció el reconocimiento de la Presidencia de Consejo de Ministros (PCM) como una de las mejores iniciativas en tiempos de pandemia y modelo de gestión para gobiernos subnacionales.

COE COVID-19

¡¡¡Salvando vidas!!!

RECONOCIMIENTO NACIONAL

"Buenas Prácticas de Gestión Municipal frente a la Emergencia del Covid-19"





BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN MUNICIPAL

Frente a Emergencias y Crisis




RECONOCIMIENTO NACIONAL

"TRASLADO DE PERSONAL MÉDICO Y PASAJE PARA VEHICULOS DURANTE LA EMERGENCIA DEL COVID-19"

Línea de Emergencia: 06149161-00001001

- **BUZÓN DE SUGERENCIAS**



● **BUZÓN DE SUGERENCIAS** ●

Municipalidad Provincial de Casma

Porque nos importa tu opinión y queremos mejorar para brindar un mejor servicio de calidad, ponemos a tu disposición el Buzón de Sugerencias.

TAMBIÉN PUEDES HACERNOS LLEGAR TUS SUGERENCIAS A TRAVÉS DE:

municasma@hotmail.com

• BOLETÍN INFORMATIVO



Municipalidad Provincial de Casma



**MUNI
INFORMA**

**COMPROMETIDOS
POR EL DESARROLLO**

<https://municasma.gob.pe/> <https://www.facebook.com/MuniCasmaOficial>



MUNI alerta

Trabajando las 24 horas del día

CENTRAL
**SEGURIDAD
CIUDADANA**

 **043-750380
965235119**

Para servir y cuidar a tu familia!



Luis Alarcón
Alcalde Provincial de Casma



Municipalidad Provincial de Casma



● FOLLETO

SOBRE NOSOTROS

Lorem ipsum dolor amet consectetur adipisicing elit sed do eiusmod tempor incididunt ut labore dolore magna aliqua.

Utenim minim veniam nostrud and exertion ullamco laboris nisi ut aliquip this commodo consequat. Duis auteir dolor repreh enderit voluptate velit esse cillum Duis auteir dolor repreh enderit voluptate velit esse cillum Duis auteir dolor repreh enderit.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.



Municipalidad Provincial de Casma

Dirección
Av. Bolívar, Casma 02661

Teléfono
(043) 41 20 63

Email
municasma@hotmail.com



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CASMA



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CASMA

REGLAMENTOS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta



HORARIOS

Lorem ipsum dolor amet consectetur adipisicing elit sed do eiusmod tempor incididunt ut labore dolore magna aliqua.

TITULO

TITULO

TITULO

IDENTIDAD

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam,

- Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipisicing elit sed do eiusmod.
- Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipisicing elit sed do eiusmod.
- Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipisicing elit sed do eiusmod.
- Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipisicing elit sed do eiusmod.



ANEXO N° 02

- ✓ Documento que demuestra que en la municipalidad no existe un plan de gestión de comunicación interna.



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CASMA
UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL
 "Ciudad de Eterno Sol y Cuna del Guerreo de Sechín"

E-MAIL: municasma@hotmail.com REGIÓN ANCASH - PERÚ

WWW.municasma.gob.pe

"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

INFORME N° 0005-2021-RR. PP e IMAG. INST.

AL : LUIS WILMER ALARCÓN LLANA
 ALCALDE PROVINCIAL DE CASMA

DE : CÉSAR AUGUSTO MALASPINA HERRERA
 JEFE DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL

ASUNTO : EN TEXTO

FECHA : CASMA, 22 DE JULIO DEL 2021



Es grato dirigirme a su despacho para saludarlo muy cordialmente y a la vez informarle que la Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional no cuenta con un Plan de comunicación interna que se ajusten a los lineamientos y objetivos de la institución.

Se recomienda realizar un diagnóstico y plantar estrategias que permitan utilizar de forma adecuada las herramientas de comunicación interna para propiciar un trabajo más eficiente en la institución.

Es todo cuanto informo a Usted, para su conocimiento y fines a seguir.

Atentamente;

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CASMA
 CÉSAR AUGUSTO MALASPINA HERRERA
 JEFE DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL

ANEXO N° 03

- ✓ Documento que comprueba la presentación de la propuesta del plan de gestión de comunicación interna a la jefatura de Relaciones Públicas e Imagen Institucional.

“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL

Casma, 15 de noviembre del 2022

CARTA N° 001-2022-GSNV

Sr. César Augusto Malaspina Herrera
 Jefe de la unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional
 Municipalidad Provincial de Casma

Presente. -



ASUNTO: PROPUESTA DE PLAN DE GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA LABORAL EN LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CASMA.

Es grato dirigirme a usted para saludarlo cordialmente y al mismo tiempo presentarle la propuesta del “PLAN DE GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA LABORAL EN LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CASMA”.

El objetivo principal de este plan es mejorar la comunicación interna con la implementación de estrategias adecuadas que permitirán direccionar la comunicación en atención a valores y conductas de la organización.

Los trabajadores tendrán información de manera formal y se identificarán con los objetivos de la municipalidad, por lo tanto, el trabajo será más eficiente.

Con ello, la Municipalidad Provincial de Casma por primera vez podrá contar con un plan que sirva de soporte para el desarrollo de las funciones del personal edil.

Agradeciendo la atención, aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y respeto.

Atentamente..

Nora
 NORA VICTORIA CONTRERAS SUAREZ
 70142990

ANEXO N° 04

- ✓ Documento que revela la deficiente comunicación según el estudio de T. Aquino, 2022, en su tesis titulada “Identidad Corporativa y Comunicación Interna en la Municipalidad Provincial de Casma, 2021”.

VII. RECOMENDACIONES

Según los resultados, la discusión y las conclusiones del presente estudio, se establece los siguientes aspectos para fortalecer la Identidad corporativa y la Comunicación interna en los colaboradores nombrados y contratados de la Municipalidad Provincial de Casma.

1. Sobre identidad corporativa, se propone que la Jefatura de Imagen Institucional elabore un manual de identidad, el que permitirá ser el punto de inicio para adecuar la personalidad corporativa a las estrategias de imagen de la Municipalidad Provincial de Casma, lo que permitirá mejorar la relación entre el público interno y externo. Por consiguiente, la implementación del manual permitiría obtener un valor diferencial en la organización, creando un mayor reconocimiento y confianza en sus públicos.
2. Respecto a la comunicación interna, se propone a la instancia correspondiente, la implementación de estrategias para llevar a cabo una adecuada comunicación en los diferentes sentidos: interna, externa como vertical y transversal. Esto permitirá, direccionar la comunicación en atención a valores y conductas a la cultura corporativa en la organización. Así, la municipalidad puede emplear una comunicación vertical descendente, que permita a las jefaturas impulsar conductas sobre la identidad corporativa en los colaboradores.
3. Para que los colaboradores tengan más conocimiento y se identifiquen con la misión, visión y valores de la municipalidad, recomendamos incentivar el contenido del mensaje formal, para que la comunicación sea más claro, comprensible y preciso, a su vez para transmitir su filosofía corporativa se deberá aplicar el mensaje de la comunicación interna.
4. Dado a los resultados obtenidos en la investigación, se recomienda que la jefatura de Relaciones Públicas e Imagen Institucional de la municipalidad, emplee acciones efectivas a fin de gestionar la comunicación interna con mayor eficiencia, de tal manera que ayude a impulsar la identidad corporativa en los colaboradores, asimismo, fortalezca la identificación con los lineamientos de la organización.

ANEXO N° 05

- ✓ Noticias sobre los problemas de comunicación interna tomados de las diversas publicaciones en la plataforma digital facebook.

 **Sincensura William Pinedo** 😞 se siente molesto.
14 de noviembre a la 1:00 · 🌐

¡QUE ABUSO!

MIENTRAS ALCALDE RECIBE PREMIO PAGANDO CON DINERO DE LOS CASMEÑOS, A TRABAJADOR MUNICIPAL EN DIFÍCIL SITUACIÓN DE SALUD NO LE PAGAN, SUBGERENTE BELTRAN LO OBLIGA A TRABAJAR EN ESE ESTADO Y LO MAS INDIGNANTE ES QUE EL "CHINO ROSAS" LO BOTA DE ALCALDIA.

¡Indignantel! ...Alberto Zagaceta.Trabajador municipal se encuentra delicado de salud y requiere una operación urgente que hasta el momento no a Sido realizada por la falta de medios económicos que no tiene porque no le quiere pagar la actual gestión municipal a cargo de Luis Alarcón:el fin de semana pasado Alberto Zagaceta se apersonó hasta despacho de alcaldía teniendo una cita programada con anterioridad para solicitarle al Alcalde que ordene a quien corresponda puedan hacerle efectivo sus beneficios de ley que desde hace 1 año lo vienen paseando, amargo fue su día cuando en el despacho estuvo el "Chino Rosas" y le dijo que el Alcalde no atendería a nadie más, mientras el observaba con impotencia como venían empresarios y allegados y chino rosas los hacía pasar sin tener previa cita, el reclamó por ese abuso y atropello y lo que obtuvo fue una agresiva y grosera respuesta por parte del cuestionado Chino Rosas quien cree ser dueño del municipio y lleno de poder lo botó de la municipalidad; cómo si no fuera suficiente el abuso, el Subgerente de seguridad Ciudadana Julio Beltrán,de forma inhumana le ordenó a Alberto Zagaceta que continúe con su labor aún viendolo que su estado no se lo permitía (tal como está en la foto) no le importaba que Zagaceta tenía conectada una sonda; su esposa al ver tanto abuso con su esposo decidió intervenir y buscar al alcalde pero obtuvo la misma respuesta que Luis Alarcón había ordenado que no la atendería a pesar de conocer el motivo y de la actual situación de salud de Alberto Zagaceta quien actualmente lucha contra su enfermedad que de no ser operado a tiempo corre riesgo su vida mientras Luis Alarcón se mofa con premios pagados con dinero de los Casmeños y se ufana groseramente de liderar una gestión con rostro humano, cuando en realidad demuestra que no le importa la salud de los trabajadores como el caso de Alberto Zagaceta.

LO ÚNICO QUE EL PIDE ES QUE LE PAGUEN PARA QUE PUEDA OPERARSE.



161 veces compartido

Ver comentarios anteriores...



Jesus Daniel Fructuoso Leon

Este miserable del alcalde con tantos Miles q hay x q diablos no los paga. Sabiendo q se encuentra delicado d salud. Ami m lo hiciera eso yo sí lo rompo el ocico y hago chongo en todo el municipio eso kiere este miserable. X q no hay nadie q lo aga y no lo asen x q tienen miedo d perder su trabajo. Además una miseria q pagan . Basta ya del abuso d nuestra autoridad y q este sarozzo pague sus delitos en cambio puente x maldito.

Imagen 1: Este dato se refiere a la deficiente comunicación que existe entre los trabajadores con la alta dirección. El colaborador de la municipalidad se queja de la falta de pago y reconocimiento de sus derechos, pero la comuna provincial logra trofeo "Sol de Oro", la cual destaca el gobierno municipal como líder en gestión.

Pineda W. [@SincensuraWilliamPinedo]. (2022, noviembre 22).

¡Que abuso!, [descripción audiovisual de facebook]

https://www.facebook.com/unsupportedbrowser?_rdr



Victor Hugo Dueñas Medina

A pesar de millonaria recaudación de ingresos propios

CRISIS ECONOMICA SE AGUDIZA EN LA MUNICIPALIDAD DE CASMA NO PAGA DEUDAS A TRABAJADORES, SEGURO SOCIAL NI A ENTIDADES FINANCIERAS

La destacable política de recaudación que tiene la administración municipal de Josep Pérez Mimbela en la comuna casmeña, contrasta innegablemente con la incapacidad de asumir sus obligaciones. Lo que le está "pasando la factura" y que va en agravio de la clase trabajadora.

Hay trabajadores obreros, policías municipales, serenos, y administrativos, que están impagos desde hace dos meses, porque la administración municipal ha incumplido con el pago de puntual de los haberes de quienes garantizan los servicios públicos que ofrece a nuestra comunidad la Municipalidad Provincial de Casma.

La Gestión edil que lleva como slogan "Casma para vivir mejor" y se jacta de ser "el gran cambio", viene pagando multas al seguro social por no haber cumplido mensualmente con trasferir a Essalud el dinero que le descuenta a sus trabajadores por concepto de sus aportaciones.

Actualmente cada atención que reciben los ediles de Casma, son recargados a la Municipalidad Provincial de Casma, es decir a pesar que se les descuenta por Seguro, ésta gestión tiene que pagar por los servicios médicos que Essalud le viene dando a lo trabajadores municipales.

Además debemos tener en cuenta, que más de un trabajador municipal, que al amparo del convenio que ha suscrito la comuna casmeña con el Banco Financiero y la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Del Santa, están reportados en rojo en la central de riesgo de INFORCORP, debido a que la gestión "Casma para vivir mejor" no ha cumplido con pagar a estas financieras el dinero que le ha descontado a los mismos trabajadores, con lo que estaría incurriendo en apropiación ilícita.

También es de advertirse que la gestión municipal del "gran cambio" no paga vacaciones a los trabajadores que ya hicieron uso de sus respectivo descanso físico que por ley les corresponde.

Emplazamos al Alcalde y a sus funcionarios que nos rectifique de lo que informamos.

Imagen 2: Este dato se refiere a la deficiente comunicación. Los trabajadores se quejan de la constante falta de pago y reconocimiento de sus derechos como trabajadores de una entidad pública, pero la comuna provincial promueve slogan "Casma para vivir mejor" cuando en realidad es lo contrario y no se mejora la situación en la institución.

Dueñas V. [@VictorHugoDueñasMedina]. (2016, octubre 4). A pesar de millonaria recaudación de ingresos propios, [descripción audiovisual de facebook]

https://www.facebook.com/unsupportedbrowser?_rdr



Guido Flores Luna

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CASMA
ECONÓMICAMENTE QUEBRADO Y EN RUINAS

A casi dos meses de la culminación del mandato del Alcalde: Rommel Meza Cerna y ad portas de iniciar una nueva gestión con el equipo que lidera el flamante alcalde Josep Perez Mimbea, quien heredará un municipio totalmente quebrado y en ruinas por falta de mantenimiento de los servicios elementales como: limpieza pública, atención de las áreas verdes, falta de pago a los trabajadores, falta de recaudación de tributos (renta, autovalúo, limpieza, etc).

Hasta el momento no hay un sinceramiento de la plana administrativa y operativa hecho que trae como consecuencia un municipio en banca rota.

Esta situación se va ha agudizar en el mes de noviembre y diciembre del presente ya lo venimos sufriendo en este momento, por citar algunos ejemplos:

- La MPC está endeudado a la SUNAT, HIDRANDINA: SEDA CHIMBOTE, TELEFÓNICA, INTERNET (la página web de la MPC hace medio año que no funciona) incluso llega la deuda a grifos y empresas o centros comerciales o talleres de reparación de los vehículos o maquinarias de la municipalidad. (Hasta se ha retenido la cisterna municipal porque no se le paga al mecánico). El agua empozada en el boulevard es un criadero del zancudo del dengue.
- Trabajadores impagos (CAS, Proyecto, Personal de locación) a muchos se les debe de 3 a 4 meses. Pero lo más reprochable es que muchos trabajadores no trabajan por semanas y reciben sus pagos puntualmente por haber apoyado la campaña del tío del alcalde, algunos con total descaro hasta se quedan a ver televisión disfrutando de un trabajo vacacional.
- Los vehículos recolectores de basura, patrullas de serenazgo y otros están sin combustible (para colmo de males el depósito municipal está con los vehículos llenos de basura siendo un foco infeccioso para la vecindad).
- Además los vehículos municipales por falta mantenimiento pueden fundirse los motores, muchos están malogrados. El motor de la compactadora ha desaparecido con el pretexto de llevarlo a arreglar, hasta el momento no se sabe su paradero.
- Los empleados municipales han abarrotado los servicios de logística, transporte, programas sociales y guardiana, cuando en realidad debería haber unos cuantos responsables. (Hay exceso de personal y una mala distribución).
- Nuestros parques y jardines actualmente han sido abandonados y se están secando por falta de agua.
- La venta de los terrenos en Tortugas es otro problema se reporta que se ha recaudado un millón setecientos mil soles y nos preguntamos dónde está el dinero.
- Las obras aprobadas en los presupuestos participativos no se han ejecutado tampoco se hará en estos dos meses.

Además nos preguntamos:

- Donde está el dinero de las líneas de transporte para el parchado de las pistas en mal estado en nuestra provincia.
- Donde están los chalecos de los fiscales escolares que debieron ser entregados.
- Donde están los ingresos del alquiler de las maquinarias de la MPC.
- Donde están las máquinas que se han comprado a nombre de la MPC que figuran en papeles pero no están en la municipalidad.
- Donde está el presupuesto de materiales de trabajo, de limpieza y seguridad de los obreros de la MPC ya que ellos mismos compran hasta sus escobas.
- Donde están los implementos de seguridad ciudadana como la sirena, linterna, radios base, etc.

Esta información que compartimos con ustedes sólo es una información pequeña en relación al municipio quebrado, ya publicaremos más datos lamentables del mal uso del dinero público. Esperamos generar toda una corriente de opinión para denunciar y rechazar todos estos hechos que pasan en Casma.

Atentamente,

Guido Flores Luna

Fotos de la biografía · 8 oct. 2014 ·

Ver en tamaño grande

A Yemimah Quiroz Ramirez y 55 personas más les gusta esto.

54 veces compartido

Ver comentarios anteriores...



Henry Arteaga

todas las deudas que tiene la muni debe pagarlo romel para que acepto el cargo si sabia sumar y multiplicar, asíe que joshep gobierna con inteligencia espero que este preparado para hacerlo por que al final es la unica persona que tiene que rendirle cuentas al pueblo

8 años · Denunciar



Mara Brujtass

una auditoria general urgente ...

Imagen 3: Este dato se refiere a la deficiente comunicación interna de la institución. La población se ve afectada por la mala gestión del alcalde, funcionarios y colaboradores, ya que los servicios públicos no se realizan con normalidad, además de la falta de pagos.

Flores G. [@GuidoFloresLuna]. (2014, octubre 8). Municipalidad Provincial de Casma económicamente quebrada y en ruinas, [descripción audiovisual de facebook]

https://www.facebook.com/unsupportedbrowser?_rdr



DECLARACION JURADA DE AUTORÍA

Yo: Gonzales Suárez Nora Victoria, estudiantes de la

Facultad:	Ciencias		Educación	X	Ingeniería	
Escuela Profesional:	Comunicación Social					
Departamento Académico:	Educación y Humanidades					
Escuela de Posgrado	Maestría		Doctorado			

Programa: Escuela Profesional de Comunicación Social

De la Universidad Nacional del Santa; Declaro que el trabajo de investigación intitulado:

“Propuesta de plan de gestión de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Casma – 2022”

presentado en folios, para la obtención del Grado académico: (X)

Título profesional: (X) Investigación anual: ()

- He citado todas las fuentes empleadas, no he utilizado otra fuente distinta a las declaradas en el presente trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido presentado con anterioridad ni completa ni parcialmente para la obtención de grado académico o título profesional.
- Comprendo que el trabajo de investigación será público y por lo tanto sujeto a ser revisado electrónicamente para la detección de plagio por el VRIN.
- De encontrarse uso de material intelectual sin el reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el proceso disciplinario.

Nuevo Chimbote 20 de diciembre del 2022

Firma:

Nombres y Apellidos: Gonzales Suárez Nora Victoria

DNI: 70142990



ACTA DE APROBACION DE ORIGINALIDAD

YO, Alava Cielo Jessica Yovana, docente de la

Facultad:	Ciencias		Educación	X	Ingeniería	
Escuela Profesional:	Comunicación Social					
Departamento Académico:	Educación y Humanidades					
Escuela de Posgrado	Maestría		Doctorado			

Programa: Escuela Profesional de Comunicación Social

De la Universidad Nacional del Santa; Declaro que el trabajo de investigación intitulado:

“Propuesta de plan de gestión de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Casma - 2022”

Del bachiller: Gonzales Suárez Nora Victoria

De la escuela / departamento académico: Comunicación Social

El suscrito examinó dicho informe y concluyó que las coincidencias detectadas no se constituyen a plagio. A mi claro saber y entendimiento, el trabajo monográfico cumple con las normas de citas y referencias establecidas por la Universidad Nacional del Sana.

Nuevo Chimbote, 20 de diciembre de 2022

Firma:

Nombres y Apellidos: Alava Cielo Jessica Yovana

DNI: 40186854