



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: LICENCIADA EN COMUNICACIÓN**

TEMA:

**GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y MANEJO DE LA IMAGEN
INSTITUCIONAL DE LA COMUNA VALDIVIA**

AUTORA:

JULISSA CARMEN YAGUAL REYES

TUTORA:

LIC. MARÍA ISABEL POSLIGUA QUINDE, MSC.

DOCENTE ESPECIALISTA:

LIC. GREGORY PETER SANTAMARÍA ROMERO, MGTR.

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

SUB-LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LIDERAZGO

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

INDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS	3
ÍNDICE DE FIGURAS.....	4
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	5
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTOS	7
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC.....	8
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	9
RESUMEN	10
INTRODUCCIÓN	12
1. PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA.....	14
1.1 Antecedentes del problema de investigación.....	14
1.2. Formulación del problema de investigación	17
Preguntas de investigación.....	18
1.3. Objetivos.....	18
1.3.1. Objetivo general.....	18
1.3.2. Objetivos específicos	18
1.4. Justificación de la investigación	18
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	21
2.1. Fundamentación teórica y conceptual.....	21
3. MARCO METODOLÓGICO	28
3.1. Tipo de investigación.....	28
3.2. Alcance de la investigación	28
3.3. Matriz de operacionalización	30
3.4. Población, muestra y periodo de estudio	32
3.5. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información	32
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	33
5. DISCUSIÓN	46
CONCLUSIONES	49
RECOMENDACIONES.....	50
BIBLIOGRAFÍA	51
ANEXOS	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. ¿Dentro de la comuna Valdivia se hace uso de canales para transmitir la comunicación interna?	34
Tabla 2. El uso de WhatsApp y llamadas telefónicas como medio de comunicación aportan ala comunicación interna del cabildo de la comuna Valdivia?	35
Tabla 3. ¿Con qué frecuencia se actualizan los canales de comunicación interna en la institución?.....	36
Tabla 4. ¿Considera que la información de la comunicación interna del cabildo comunal de Valdivia es clara y concisa?	37
Tabla 5. ¿Considera que la gestión de la comunicación interna de la comuna Valdivia promueve la participación de los comuneros en la toma de decisiones y la generación de ideas?	38
Tabla 6. ¿Considera que la gestión de la comunicación interna contribuye a la imagen institucional de la comuna de Valdivia?	39
Tabla 7. ¿La reputación general que proyecta la imagen institucional de la comuna de Valdivia es confiable?.....	40
Tabla 8. ¿Considera que la imagen social proyectada a través de la comunicación interna mejora la identidad colectiva de la Comuna Valdivia?.....	41
Tabla 9. ¿Considera que la identidad visual se utiliza de manera efectiva en la señalización y promoción de la comuna?.....	42
Tabla 10. ¿Se realiza un seguimiento de indicadores para medir el impacto de la imagen institucional?	43
Tabla 11. Análisis de resultados de preguntas estructuradas	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿Dentro de la comuna Valdivia se hace uso de canales para transmitir la comunicación interna?.....	34
Figura 2. ¿El uso de WhatsApp y llamadas telefónicas como medio de comunicación aportana la comunicación interna del cabildo de la comuna Valdivia?	35
Figura 3. ¿Con qué frecuencia se actualizan los canales de comunicación interna en la institución? ..	36
Figura 4. ¿Considera que la información de la comunicación interna del cabildo comunal de Valdivia es clara y concisa?	37
Figura 5. ¿Considera que la gestión de la comunicación interna de la comuna Valdivia promueve la participación de los comuneros en la toma de decisiones y la generación de ideas?.....	38
Figura 6. ¿Considera que la gestión de la comunicación interna contribuye a la imagen institucional de la comuna de Valdivia?.....	39
Figura 7. ¿La reputación general que proyecta la imagen institucional de la comuna de Valdivia es confiable?.....	40
Figura 8. ¿Considera que la imagen social proyectada a través de la comunicación interna mejora la identidad colectiva de la Comuna Valdivia?	41
Figura 9. ¿Consideras que la identidad visual se utiliza de manera efectiva en la señalización y promoción de la comuna?.....	42
Figura 10. ¿Se realiza un seguimiento de indicadores para medir el impacto de la imagen institucional?	43
Figura 11. Árbol de problema.....	54
Figura 12. Entrevistas	72
Figura 13. Aplicación de encuestas	73

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **YAGUAL REYES JULISSA CARMEN** con C.I. 2450343112, estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y MANEJO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA COMUNA VALDIVIA**, corresponde exclusiva responsabilidad del/de autor/la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 27 de noviembre, 2023.

Atentamente,

Julissa Yagual Reyes.

Yagual Reyes Julissa Carmen
C.I. 2450343112

DEDICATORIA

A mis padres, Enrique Yagual y Cecilia Reyes, a mi familia, fuente eterna de amor y apoyo, quienes han sido mi faro en esta etapa académica. Cierro este capítulo con un nudo en la garganta, recordando los días de estudio, las noches de insomnio y las lágrimas de frustración y alegría.

Este recorrido académico ha sido un viaje lleno de altibajos, pero cada desafío ha sido una lección valiosa. Aunque el camino fue arduo, cada paso ha sido un recordatorio de crecimiento y superación.

A mí misma, por la perseverancia y la fortaleza para llegar hasta aquí. Más que un proyecto académico; es un testimonio de mi determinación y de las personas que me han sostenido a lo largo de esta travesía.

Gracias a todos los que han formado parte de este viaje, a quienes han dejado una marca imborrable en mi corazón. Gracias por apoyarme cuando más lo necesité. Cierro este capítulo con nostalgia, pero también con gratitud por todo lo vivido y aprendido. Este logro es de todos nosotros, y cada uno ha contribuido a convertirlo en una realidad.

Yagual Reyes Julissa Carmen

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la vida por brindarme esta oportunidad de crecimiento y aprendizaje, a quienes han sido parte de esta trayectoria. Eternamente agradecida con mis padres, quienes fueron mi apoyo día a día, sin ellos no lo hubiese logrado.

A mis compañeros de clase, amigos más cercanos con quienes compartí momentos que marcaron una huella muy importante, como es el paso de la vida universitaria.

Agradezco a mis profesores y a mi tutora, por su dedicación y compromiso, por ser una guía durante todo este proceso.

Al increíble equipo del Centro de Educación Continua de UPSE, a cada miembro del equipo por su amabilidad, paciencia, disposición para compartir sus conocimientos, no solo ha sido una experiencia educativa, sino también un capítulo fundamental en mi crecimiento personal y profesional. Aprecio enormemente la oportunidad de haber formado parte de este equipo y estoy agradecida por la invaluable contribución de cada uno del equipo a mi desarrollo académico. Gracias por abrirme las puertas y permitirme aprender y crecer junto a ustedes.

Yagual Reyes Julissa Carmen



CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC

La Libertad, 27 de noviembre del 2023

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, Ph.D
Directora de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutor(a) asignado(a) por la carrera de Comunicación, informo a usted que el (la) estudiante **YAGUAL REYES JULISSA CARMEN** con cédula de identidad No **2450343112**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE* y *Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y MANEJO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA COMUNA VALDIVIA”**.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del/el autor(a), cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad. Atentamente,

Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
DOCENTE TUTOR (A)

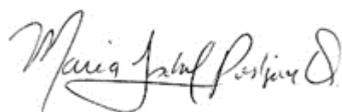
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



**Lic. Lilian Susana Molina
Benavides, PhD.
DIRECTORA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



**Lcda. Vilma Maribel García González.
DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



**Lcda. Maria Isabel Posligua
Quinde, MSc.
DOCENTE TUTOR DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



**Lcdo. Gregory Peter Santamaría Romero,
Mgtr.
DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



**Yagual Reyes Julissa Carmen
ESTUDIANTE**

GESTION DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y MANEJO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA COMUNA VALDIVIA

Yagual Reyes Julissa Carmen Código

Orcid 0009-0003-3658-0748

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera Comunicación

RESUMEN

El presente proyecto de investigación analiza la gestión de la comunicación interna y manejo de la imagen institucional de la comuna Valdivia con la finalidad de realizar una buena gestión de comunicación interna y como esta contribuye en el mejoramiento de la imagen institucional de la comuna.

La metodología empleada en la investigación es de enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo con un tipo de investigación básica descriptiva con diseño metodológico no experimental. Para la recopilación de datos se utilizaron las técnicas: encuesta con escala de Likert y entrevista dirigida a expertos en los departamentos de Comunicación interna e imagen institucional, así mismo se aplicaron los instrumentos: cuestionario y guía a de preguntas que proporcionaron las bases aptas para realizar un estudio del análisis de la gestión de la comunicación interna, identificar los factores que influyen en la imagen institucional y determinar cuáles serían las técnicas de comunicación para el mejoramiento de la comunicación interna y la imagen institucional del cabildo de la comuna de Valdivia.

El análisis del estudio destaca la importancia de diversos canales de comunicación, como correos electrónicos, reuniones regulares, plataformas colaborativas en línea y herramientas de mensajería interna, como WhatsApp o Telegram, para mejorar la gestión de la comunicación interna en un cabildo. Estos canales son esenciales para mantener operaciones eficientes y transparentes, y también contribuyen significativamente a construir y mantener una imagen institucional positiva y a fortalecer relaciones tanto internas como externas.

Palabras Clave: Comunicación interna, estrategias, imagen, gestión, canales de comunicación.

MANAGEMENT OF INTERNAL COMMUNICATION AND MANAGEMENT OF THE INSTITUTIONAL IMAGE OF THE VALDIVIA COMMUNE

This research project analyzes the management of internal communication and management of the institutional image of the Valdivia commune with the purpose of carrying out good internal communication management and how this contributes to the improvement of the institutional image of the commune.

The methodology used in the research is a mixed approach: qualitative and quantitative with a type of basic descriptive research with a non-experimental methodological design. To collect data, the techniques were used: a survey with a Likert scale and an interview directed at experts in the departments of Internal Communication and institutional image. Likewise, the instruments were applied: questionnaire and guide to questions that provided the bases suitable for carrying out a study of the analysis of internal communication management, identifying the factors that influence the institutional image and determining what the communication techniques would be to improve internal communication and the institutional image of the council of the commune of Valdivia.

The study analysis highlights the importance of various communication channels, such as emails, regular meetings, online collaborative platforms and internal messaging tools, such as WhatsApp or Telegram, to improve the management of internal communication in a council. These channels are essential to maintain efficient and transparent operations, and also contribute significantly to building and maintaining a positive institutional image and strengthening both internal and external relationships.

Keywords: Internal communication, strategies, image, management, communication channels.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de titulación realiza el análisis de la gestión de la comunicación interna y manejo de la imagen institucional de la comuna Valdivia. Esta investigación se establece sobre la premisa de que una comunicación interna efectiva y una imagen institucional sólida, que son esenciales para el funcionamiento eficiente y la proyección positiva de una institución.

La investigación se categoriza como básica, debido a su propósito de sugerir mejoras en la gestión de la comunicación interna y el manejo de la imagen institucional de la comuna Valdivia. Se ha optado por el enfoque mixto con el propósito de adquirir conocimientos y recopilar datos específicos. El diseño de la investigación se concibió como descriptivo no experimental, detallando las características del objeto de estudio e identificando las particularidades de las variables. En lo que respecta a la población y la muestra, se recurrió a un muestreo no probabilístico por conveniencia. Se llevó a cabo encuesta, dirigida a miembros del cabildo y una entrevista a profundidad con dos expertos.

Con este fin, se analiza la gestión de la comunicación interna y el manejo de la imagen institucional de la comuna Valdivia. Se ha considerado los siguientes objetivos específicos: identificar las estrategias de comunicación interna de la comuna Valdivia; evaluar el manejo de la imagen institucional del cabildo de la comuna de Valdivia y determinar los canales de comunicación para el mejoramiento de la comunicación interna e imagen institucional del cabildo de la comuna de Valdivia.

Tras analizar la gestión actual, se concluye que es relativamente efectiva. Se identificaron estrategias de comunicación interna como el uso de WhatsApp y llamadas telefónicas en el cabildo por medios de estos canales se comunican asuntos comunitarios. Además, se destaca el detallado manejo de la imagen institucional, fomentando la participación ciudadana a través de reuniones, encuestas y redes sociales.

El proyecto de investigación inicia con una introducción que establece los objetivos y alcances de la investigación. También está compuesto por cuatro capítulos, los cuales se resumen a continuación:

CAPITULO I; En este capítulo se realiza la formulación general del proyecto constituida por la descripción del problema, formulación del problema, preguntas de investigación, objetivo general y específicos y se presenta la justificación.

CAPITULO II; Se presentan los antecedentes, los cuales abarcan investigaciones previas a nivel internacional, nacional y local. Además, se aborda el marco conceptual, el cual se vincula con las teorías que respaldan las variables bajo estudio.

CAPITULO III; En esta sección, se expone la metodología que se empleará como herramienta de investigación. En este sentido, se ha precisado el tipo de investigación, su enfoque, diseño, métodos, técnicas e instrumentos utilizados para llevar a cabo el estudio.

CAPÍTULO IV: Durante la fase de resultados y discusión, se llevó a cabo el procesamiento y análisis de los datos recopilados. Este procedimiento facultó para extraer conclusiones significativas y formular recomendaciones fundamentadas, con el propósito de evidenciar la solidez y aplicabilidad del estudio realizado.

1. PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

1.1 Antecedentes del problema de investigación

En los años 90, la comunicación interna se entendía como un procedimiento en el cual se transmitía información. Según la definición de (García, 2013) la comunicación interna se define como una serie de iniciativas que lleva a cabo una organización con el objetivo de construir relaciones positivas. Esto se logra mediante el uso de una variedad de medios de comunicación que mantienen a los miembros informados, integrados y motivados para colaborar para lograr los objetivos de la organización.

La comunicación interna implica la aplicación deliberada de estrategias de comunicación con el objetivo sistemático de influir en el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de los empleados en el presente (Patrick y Valskov, 2014).

Así también, otros autores indican que la comunicación interna se define como un valor que tiene una empresa, como objetivo de diagnóstico de una cultura. Se da debido a las creencias o suposiciones la misma que está relacionada con la forma en que ocurre y le otorga carácter a una organización (Eloy y Romero, 2005).

La comunicación interna se desglosa en: vertical (ascendente/descendente) y horizontal (Rus, 2016). Vertical (ascendente y descendente): se dará en los diferentes niveles de la organización, siendo ascendente cuando ocurre de los niveles inferiores hacia los superiores, y descendente en sentido de opuesto, de los niveles superiores a los inferiores.

Por otra parte, cuando se habla de comunicación horizontal, se hace referencia al tipo de comunicación que se produce entre empleados que forman parte del mismo nivel, departamento o área. (Alessandri, 2001), considera que el campo de estudio relacionado con la identidad y la imagen corporativa ha sido caracterizado por una notable falta de claridad y precisión conceptual.

Esta carencia de definiciones y enfoques sólidos en un área tan crítica para el éxito de las organizaciones es un problema que debe ser abordado de manera urgente.

Una comprensión clara y precisa de la identidad y la imagen institucional es esencial para que las empresas puedan gestionar adecuadamente cómo son percibidas tanto interna como externamente.

La imagen de una organización es la impresión holística en la mente de los públicos como resultado de la interacción de sus creencias, experiencias y sentimientos hacia la misma (Hatch y Schultz, 1997).

Por su parte, la imagen institucional se refiere a un estado de opinión pública. Esta imagen que el público tiene de la corporación no solo se genera por la gestión y actuación de dicha identidad, esto es, por el conjunto de comunicaciones emitidas por ella, de su comportamiento hacia ese público y de su forma de llevar a cabo las tareas administrativas, sino que además una institución es identificada por una imagen visual que personaliza las comunicaciones ante los ciudadanos.

(Hatch y Schultz, 1997), basan la conexión interdependiente entre la identidad y la imagen en funciones que cumple la cultura organizacional y es definida como “contexto simbólico en el que son formadas las interpretaciones de la identidad de la organización y son formuladas las intenciones de influencia en la imagen de la empresa”.

De acuerdo a lo mencionado por los autores se puede decir que esta ayuda mejora a la fomentación de la toma de decisiones más informada y estratégica, lo que puede ayudar a las empresas a fortalecer su reputación, mejorar la confianza de los habitantes y crear una identidad auténtica y coherente.

Según lo expresa (Edison y Turpo Chaparro, 2014) en el ámbito del sistema educativo, la imagen institucional se caracteriza por ser el resultado de las percepciones subjetivas sobre la calidad del proceso de aprendizaje y el ambiente social.

Es el sentimiento compartido que se forma en los distintos grupos de personas a raíz de sus observaciones y experiencias con la institución.

A su vez (Quispe, 2014) menciona que la imagen institucional “es la satisfacción total de los miembros de la institución más la comunidad de usuarios”.

Bajo este contexto, se destaca la importancia de una gestión cuidadosa de la imagen institucional, que incluye tanto la satisfacción y el compromiso de los empleados como la percepción positiva de la institución por parte de sus usuarios y la sociedad en general. Mantener y mejorar esta satisfacción global es esencial para construir y mantener una imagen institucional sólida y positiva.

Entre las estrategias que contribuyen al mejoramiento de la imagen institucional y la comunicación interna a través de un aumento significativo en la transparencia, la cohesión organizacional y el compromiso, se considera el fomento del diálogo constante que crea un ambiente en el que los ciudadanos se sienten escuchados y valorados, lo que a su vez fortalece su conexión con la organización. La toma de decisiones en equipo no solo promueve un sentido de propiedad y responsabilidad compartida, sino que también garantiza que las decisiones se tomen de manera más informada y acertada. La utilización de redes para la difusión de información permite una comunicación más rápida y efectiva en toda la organización, lo que garantiza que todos estén al tanto de los objetivos y valores institucionales. La planificación y ejecución de un proyecto anual proporciona una estructura y dirección claras a la comunicación interna, lo que asegura que los esfuerzos estén alineados con los objetivos estratégicos.

En estudios anteriores, (Gonzabay, 2023) en su trabajo de investigación: Gestión de la comunicación interna y clima organizacional del cabildo comunal de Jambelí del cantón Santa Elena determina que, dentro del contexto “las estrategias de comunicación interna empleadas en el cabildo son casi nulas” debido a que los integrantes de la organización carecen de conocimientos formales sobre la gestión de canales de comunicación y aquellos pocos que tienen algún conocimiento lo han adquirido principalmente a través de la experiencia cotidiana.

De la misma manera, (Tomalá, 2022) en su trabajo de investigación: Estrategias de

comunicación externa en la cultura digital de la Federación de Comunas de Santa Elena, 2021; concluye que el desconocimiento de las estrategias de comunicación ha ocasionado el poco posicionamiento en este caso se analizó, debido a la falta de planificación ya que dentro de la misma no existe una guía que permita orientar a los directivos de tal modo que no fomente una comunicación efectiva y un mensaje nítido hacia sus miembros.

Por ello, en la Comuna Valdivia se utilizan estrategias de comunicación interna, tales como uso de redes sociales, que potencialmente podrían ser herramientas eficaces para fomentar la información y el diálogo entre los miembros. Sin embargo, en muchas ocasiones, estos recursos no se utilizan de manera efectiva. Las mismas pueden verse abrumadas por mensajes irrelevantes o caóticos, lo que dificulta la comunicación coherente y la interacción constructiva entre los miembros de la comunidad.

Es esencial reconocer la importancia de utilizar estos mecanismos con responsabilidad y coordinación para aprovechar al máximo su potencial y mejorar la comunicación interna dentro del cabildo y en la comunidad.

En conclusión, en torno a la gestión de la comunicación interna y el manejo de la imagen institucional de la comuna de Valdivia pone de manifiesto un conjunto de desafíos cruciales que afectan a esta entidad. Debido a la falta de un enfoque sistemático en la gestión de la comunicación interna; evidenciada por la carencia de capacitación formal y la dependencia en la experiencia cotidiana que impide la eficacia de la transmisión de información y mensajes dentro de la organización. Además de la deficiencia en la planificación y evaluación de los canales de comunicación y la percepción de que estos no son efectivos en la proyección de la imagen institucional. En consecuencia, abordar estos problemas se vuelve esencial para mejorar tanto la comunicación, como fortalecer la imagen de la comuna Valdivia en su conjunto.

1.2. Formulación del problema de investigación

Dentro de este contexto, se formula el siguiente problema de investigación: ¿Cómo influye la gestión de la comunicación interna y el manejo de la imagen institucional en el cabildo de la comuna Valdivia?

Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son las estrategias de comunicación interna del cabildo de la comuna Valdivia?
- ¿Cómo es el manejo de la imagen institucional del cabildo de la comuna de Valdivia?
- ¿Qué canales de comunicación contribuyen al mejoramiento de la comunicación interna e imagen institucional del cabildo de la comuna de Valdivia?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Analizar la comunicación interna y manejo de la imagen institucional del cabildo de la comuna Valdivia.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar las estrategias de comunicación interna del cabildo de la comuna Valdivia.
- Evaluar el manejo de la imagen institucional del cabildo de la comuna de Valdivia.
- Determinar los canales de comunicación para el mejoramiento de la comunicación interna e imagen institucional del cabildo de la comuna de Valdivia.

1.4. Justificación de la investigación

El presente trabajo justifica la relevancia de la gestión de comunicación interna y el manejo de la imagen institucional en las organizaciones. La comunicación interna tiene un alto impacto dentro de las instituciones debido a que: “Dentro de las organizaciones ha pasado de tener un carácter instrumental, en sus orígenes, a ser considerada actualmente una función estratégica de *management* altamente profesionalizada (Guerrero et al., 2022).

Por su parte, para (Capriotti, 2013) la imagen institucional es la: “estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización”. Es la que contribuye de manera fundamental a forjar la percepción y la confianza que tanto internos como externos tienen en una organización. Una imagen positiva fortalece la reputación de la entidad, generando mayor confianza entre clientes, inversores y empleados, lo que se traduce en una ventaja competitiva. Además, facilita el establecimiento de relaciones sólidas con diversas partes interesadas, fomenta la atracción de talento de calidad y, en última instancia, contribuye a la longevidad y el éxito sostenible de la organización en un entorno empresarial cada vez más competitivo y exigente.

Es por ello, que es necesario analizar la comunicación interna y el manejo de la imagen institucional de la comuna Valdivia ya que dentro del cabildo no se tiene establecido ciertos puntos de comunicación interna que maneja la comuna; como, horario de atención en la casa comunal, además de la página web de Facebook, la misma que no se usa con frecuencia, en la que no dan conocimiento de los eventos que se realizan, campañas, servicios sociales, entre otros.

Es pertinente llevar a cabo una investigación sobre las razones que explican por qué el cabildo de Valdivia no utiliza diversos medios de comunicación para mantener a la población informada. Además, resulta fundamental que la entidad desarrolle un manual de comunicación interna para establecer directrices dentro de la organización en beneficio del cabildo. Esto, a su vez, simplificará la difusión de información, permitiendo una comunicación más clara y efectiva con los residentes de la comuna.

Por estas razones, se ha visto la necesidad de realizar el estudio de la gestión de la comunicación interna y el manejo de imagen institucional del cabildo de la comuna Valdivia para el mejoramiento de su comunicación e imagen como organización comunitaria que beneficie a los habitantes y diferentes actores sociales en distintos ámbitos: sociales, culturales, educativos, entre otros.

A través de esta investigación, se pretende identificar los factores subyacentes que generan deficiencias en la comunicación interna del cabildo comunal, con el objetivo de minimizar la propagación de información inexacta. Esto, a su vez, contribuirá a fortalecer las relaciones entre sus miembros, permitiendo la ejecución de las responsabilidades encomendadas con mayor claridad, responsabilidad y compromiso. Asimismo, la mejora en la comunicación interna y la imagen institucional fomentará un sentido de pertenencia en cada uno de sus integrantes, impulsará la productividad, facilitará el flujo de información en el equipo de trabajo, disminuirá las interferencias en la comunicación, y elevará la credibilidad y transparencia en el funcionamiento del cabildo.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Fundamentación teórica y conceptual

Comunicación interna

La comunicación interna promueve un ambiente de trabajo más cohesionado, mejora la moral de los empleados, aumenta la productividad y contribuye a la retención de talento. Es esencial en situaciones de cambio organizacional, ya que ayuda a gestionar la transición y a mitigar la resistencia al cambio.

El objetivo de la comunicación interna en una organización es facilitar la interacción efectiva y eficiente entre los miembros de la misma, con el fin de lograr un ambiente laboral positivo, promover la comprensión de los objetivos y valores de la empresa.

Tomando en cuenta a (Huaranca y Rodriguez, 2017) en su tesis *Influencia de la comunicación interna en el clima laboral de la empresa de depósito Pakatnamú Eirl Trujillo año 2017*, de la Universidad Privada del Norte de Perú, expresan que la importancia de la comunicación interna en las organizaciones radica en su impacto significativo tanto a nivel social como económico, puesto que la manera en que las personas se relacionan y comunican entre sí pueden generar respuestas positivas, negativas o indiferentes.

(Abedaña y Sánchez, 2020), en su proyecto de investigación *De la comunicación interna al diálogo organizacional*, de la Universidad Técnica Particular de Loja, refiere que la comunicación interna se enfoca en la interacción y el diálogo con los colaboradores de una empresa, es decir, el cliente interno. Es importante escuchar a estos públicos internos ya que permite entender sus pensamientos, necesidades, e incluso aspectos personales.

Por otra parte, (Andrade y Pizarro, 2019) en su artículo *Análisis de la comunicación interna en la imagen institucional de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte y su impacto en los estudiantes de la carrera de periodismo*, mencionan lo fundamental que es la comunicación interna dentro de los procesos administrativos para el buen desarrollo de la gestión universitaria debido a que facilita la coordinación entre

distintos departamentos y equipos, promoviendo un ambiente de trabajo colaborativo.

Como lo expresa (Angulo, 2022) en su artículo académico Comunicación interna: Canales de comunicación implementados por el departamento de comunicación de la UPSE; esclarece que la utilización de canales de comunicación contribuye a optimizar el intercambio de información. Por ello es importante resaltar que se puede mejorar la comunicación interna centrándose en la frecuencia de las reuniones organizadas para discutir temas internos.

Imagen Institucional

La imagen institucional es la percepción, impresión o reputación que una organización, empresa, institución, entidad gubernamental u cualquier entidad similar genera en la mente de sus empleados, clientes, proveedores, comunidad, público en general, entre otros. Esta percepción se basa en la forma en que la entidad se presenta a sí misma a través de su comunicación, acciones, valores, cultura organizacional, productos o servicios, así como en la manera en que es percibida y experimentada por quienes interactúan con ella, de la misma manera, su objetivo es crear y mantener una percepción positiva y coherente de una entidad, lo que puede tener un impacto significativo en su éxito, su relación con la comunidad y su reputación en el mercado.

(Duque y Carvajal, 2015) , definen la imagen institucional como el resultado de la impresión que se forma en la mente del público como consecuencia de la interacción de sus creencias, vivencias y emociones al entrar en contacto, ya sea de manera directa o indirecta, con un producto o servicio. De esta manera, se determina que la imagen institucional es un fenómeno complejo que va más allá de la apariencia visual y que de una u otra forma reconoce la importancia de comprender y gestionar distintas percepciones.

(Galdea, 2011) , en su artículo: Análisis de la imagen institucional de la Secretaría de Relaciones Exteriores de México y su comunicación externa con el segmento poblacional migrante de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, México; sostiene que una comunicación institucional efectiva es esencial para el adecuado desempeño y la continuidad de una institución en el contexto de la sociedad en la que

opera.

Además, es relevante destacar que la percepción de la imagen institucional se desarrolla directamente a partir de las acciones realizadas por la institución misma y la interpretación de estos eventos por parte de observadores externos.

(Márquez et al., 2017) en su artículo: La gestión de comunicación del Municipio de Montecristi y su influencia en la imagen institucional, en la Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales, manifiesta que las instituciones gubernamentales deben disponer de un departamento especializado encargado de coordinar de manera estratégica los mensajes institucionales. Esto permite fortalecer eficazmente los elementos identitarios del organismo a través de los medios contemplados en su medio de comunicación. De esta manera se contribuye parcialmente a la formación de la imagen que la institución busca consolidar.

(Ramírez y Ricardo, 2014), en su tesis Programa televisivo para fortalecimiento de la imagen institucional de CNEL – Santa Elena, expresan que las empresas no solo dependen del marketing, operaciones y finanzas, es esencial la comunicación, la información, la personalidad y la imagen corporativa. La combinación de una comunicación efectiva, una imagen corporativa sólida y valores positivos no solo impulsa la rentabilidad de las empresas, sino que también contribuye a la felicidad de sus integrantes, generando un ambiente propicio para el éxito sostenible.

Comunicación organizacional

Para (Fernández, 2009) la comunicación organizacional ocurre dentro de una cultura organizacional; constituye el sistema de vías a través del cual fluyen los mensajes y se establecen los patrones de interacción entre los miembros de la organización, la cual puede ser formal o informal. De este modo, se identifica que la comunicación organizacional busca gestionar y facilitar la transmisión de información relevante para el logro de los objetivos de una organización.

Proceso de comunicación

El proceso de comunicación se refiere a la transferencia de información que se lleva a cabo entre dos o más personas o entidades. (Thompson, 2008), señala que es

un proceso que incluye distintos pasos, entre ellos, el emisor transmite, intercambia o comparte un mensaje con un receptor. Segundo, el emisor codifica el mensaje para que sea comprensible para el receptor. Tercero, envía ese mensaje codificado mediante un canal, un correo electrónico, un aviso en prensa escrita, un programa de televisión, etc....). Cuarto, el receptor recibe y decodifica ese mensaje. Quinto, receptor responde a ese mensaje en función a su comprensión del mismo y da lugar a una retroalimentación.

En este punto, cabe señalar que durante este proceso se producen ruidos o interferencias que afectan la comunicación, y que tanto el emisor como el receptor deben tratar de superar para entablar una buena comunicación.

Flujos de comunicación

Los flujos de comunicación se refieren a la dirección y patrones de la transferencia de información en una organización. En este marco (Montoya y De la Rosa, 2014), en su trabajo de investigación señalan que, aunque algunos autores mencionen otro tipo de flujos o tipos de comunicación en las organizaciones, en su documento se trabajó con los flujos vertical y horizontal:

a. Comunicación descendente o de administrador a subordinado: Esta es la forma de comunicación que prevalece en el liderazgo de estilo autoritario. Además, la comunicación descendente se percibe comúnmente como la manera natural de transmitir información en la organización. Es más sencillo que los subordinados estén receptivos para recibir información de los niveles superiores. Las funciones de la comunicación descendente abarcan informar, coordinar, motivar y estimular a los miembros de la organización.

b. Comunicación ascendente, o de subordinado a administrador: Este tipo de comunicación generalmente se refiere a lo que un individuo expresa sobre sí mismo, sobre otros o sobre la organización.

En la práctica, tiende a ser escasa debido a las barreras constantes que enfrenta.

En muchos casos, este tipo de comunicación no se considera creíble o no recibe la atención que merece.

c. Comunicación horizontal o entre compañeros: La interacción entre individuos que ocupan el mismo nivel jerárquico tiene tres objetivos fundamentales. En primer lugar, proporciona apoyo socioemocional entre colegas. En segundo lugar, facilita la coordinación entre compañeros en el proceso laboral, permitiendo así una

ejecución más eficiente del trabajo. En tercer lugar, establece un punto de control en la organización o amplía la autoridad y responsabilidad. La comunicación horizontal, sin flujo vertical, se utiliza en muchas organizaciones como un medio para mantener el control. En estructuras más autoritarias, el flujo horizontal tiende a estar más restringido.

Con esto se puede identificar que los flujos de comunicación son esenciales para una organización, ya que permiten una coordinación efectiva, toma de decisiones informadas y una cultura de trabajo cohesionada, lo que contribuye al éxito y eficiencia de la empresa.

Estrategia

Una estrategia es un plan de acción diseñado para alcanzar un objetivo o meta específica. (Porter, 2021), determina que la estrategia es la creación de una posición única y valiosa que involucra un conjunto diferente de actividades.

Por lo que se determina que la estrategia es una herramienta fundamental en la toma de decisiones y la planificación, debido a que proporciona un camino claro para lograr objetivos y enfrentar desafíos.

Relaciones públicas

(Rojas, 2008), define a las relaciones como una función directiva específica que ayuda a establecer y a mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos.

De esta manera se logra identificar a las relaciones públicas como la práctica profesional y estratégica de gestionar y mantener la comunicación y las interacciones entre una organización, ya sea una empresa, una institución, una entidad gubernamental, una figura pública, etc.) y su público objetivo.

Imagen Social

Según el sitio web (Qué.es, 2023), la imagen social se refiere al conjunto de atributos que singularizan a un grupo en particular, es decir, lo distinguen de otros grupos sociales. Es decir, la percepción, representación o impresión que un grupo de personas, una organización, una institución o una entidad proyecta hacia el público o hacia otros grupos.

Reputación

Para (Carreras et al., 2013), la reputación es el resultado duradero de procesos cuando se mantiene de manera constante. De esta manera, la reputación favorable facilita la obtención y retención de la confianza de las partes interesadas, convirtiéndose, en la herramienta fundamental para fortalecer la confianza".

Identidad visual

(Subiela, 2017), define la identidad visual como la representación simbólica de la identidad corporativa de una entidad, expresada a través de un conjunto de pautas o directrices detalladas que especifican los procedimientos para su aplicación adecuada.

En otras palabras, identidad visual abarca los elementos visuales que identifican a una entidad, como logotipos, colores y tipografías, y se regula mediante un conjunto de normas que garantizan su consistencia y correcta implementación en diversos contextos.

Participación ciudadana

La participación ciudadana implica la involucración activa de los ciudadanos en la toma de decisiones y asuntos públicos de su comunidad.

“La participación ciudadana, a diferencia de otras formas de participación, refiere específicamente a que los habitantes de las ciudades intervengan en las actividades públicas representando intereses particulares. (No individuales)”. (Ramos, 2009)

Es un pilar fundamental de la democracia y una vía para empoderar a las personas en la toma de decisiones que afectan sus vidas y comunidades. Fomentar la participación activa y significativa de los ciudadanos es esencial para construir sociedades más justas, inclusivas y responsables.

Corporativa

Según la (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, s.f.) , es perteneciente o relativo a una corporación. A su vez es relacionada con una corporación o empresa, la misma que implica actividades, estrategiaso comunicación orientadas hacia los objetivos y la imagen de la empresa. Puede incluir aspectos como la cultura corporativa, la responsabilidad social empresarial y las estrategias de comunicación de la empresa.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

(Nieto, 2018) , expresa que la investigación básica descriptiva, es una investigación de segundo nivel, inicial, cuyo objetivo principal es recopilar datos e informaciones sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, agentes e instituciones de los procesos sociales.

A través de lo planteado por el teórico, se lleva a cabo una investigación básica descriptiva en el marco de este estudio sobre la Gestión de la comunicación interna, y el manejo de imagen institucional en la comuna Valdivia, centrándose en el personal administrativo de la comuna. Este enfoque implica realizar un análisis en el terreno para abordar el problema de investigación y proponer posibles soluciones relacionadas con el tema de estudio.

3.2. Alcance de la investigación

Para (Sampieri y Mendoza), los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

El método de este enfoque mixto busca responder a un problema de investigación desde un diseño concurrente, secuencial, de conversión o de integración según los logros planteados. (Jick, 1979) Introdujo los términos básicos de los diseños mixtos al recurrir a técnicas e instrumentos proporcionados por paradigmas positivistas y naturalistas para la recolección de datos, dando un lugar prioritario a la triangulación de los mismos. El proceso de investigación mixto implica una recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que el investigador haya considerado necesarios para su estudio.

El objeto de estudio será basado en una investigación con enfoque mixto. Considerando que es apto para una investigación de ese nivel, además ayuda a presentar sus características dentro del desarrollo de este estudio.

Sin embargo, la aplicación del enfoque mixto será visible los resultados con los instrumentos de recolección de datos basados en la encuesta y la entrevista, con el fin de recoger información verificable para el estudio de la comunicación interna y el manejo de la imagen institucional de la comuna Valdivia.

Dentro de esta investigación se recurrió a un diseño metodológico no experimental. (Agudelo y Aigner, 2008) definen que el diseño no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador. En la investigación no experimental las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, el investigador no tiene control directo sobre dichas variables, no puede influir sobre ellas porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. Este concepto ayudará al correcto tratamiento de las variables: comunicación interna e imagen institucional.

Considerando este concepto se despliega como objetivo principal examinar cómo es la comunicación interna y el manejo de la imagen institucional dentro de la institución, es por este motivo que se aplicará el diseño no experimental; además los instrumentos y técnicas que se utilizarán permitirá analizar las variables sin que exista modificaciones o alteraciones por parte del principal autor de la investigación.

3.3. Matriz de operacionalización

VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	TÉCNICA	INSTRUMENTO	ITEMS
Comunicación interna	Variable independiente	La comunicación interna es una de las principales actividades de la organización, pues mediante esos procesos se coordinan las acciones fundamentales que le dan sentido a la organización, se ejecutan tareas, se realizan cambios, se orientan las conductas interpersonales, y se construyen valores de la cultura organizacional (Oyarvide et al., 2017, p. 299)	Comunicación organizacional	Eficacia en la transmisión de mensajes	Encuesta Entrevista	Cuestionario Guía de preguntas	<p>¿Dentro de la comuna Valdivia se hace uso de canales para transmitir la comunicación interna?</p> <p>¿El uso de WhatsApp y llamadas telefónicas como medio de comunicación aportan a la comunicación interna del cabildo de la comuna Valdivia?</p> <p>¿Con qué frecuencia se actualizan los canales de comunicación interna en la institución?</p> <p>¿Considera que la información de la comunicación interna del cabildo comunal de Valdivia es clara y concisa?</p> <p>¿Considera que la gestión de la comunicación interna de la comuna Valdivia promueve la participación de los comuneros en la toma de decisiones y la generación de ideas?</p>
			Proceso de comunicación	Tipos de procesos de comunicación			
			Flujos de comunicación	Canal de comunicación			
			Estrategia	Participación de los líderes			
			Relaciones públicas	Interacción			
Imagen institucional	Variable dependiente	Entre los conceptos encontrados y analizados, se destaca la multidimensionalidad de la imagen, que denota la dificultad de traducir la imagen percibida de una organización en un solo factor; y la definición de que la imagen corporativa es un concepto mental sobre una institución (Dowling, 1986 en Santos et al., 2019, p. 268 - 269).	Imagen social	Participación en actividades	Encuesta Entrevista	Cuestionario Guía de preguntas	<p>¿Considera que la gestión de la comunicación interna contribuye a la imagen institucional de la comuna de Valdivia?</p> <p>¿La reputación general que proyecta la imagen institucional de la comuna de Valdivia es confiable?</p> <p>¿Considera que la imagen social proyectada a través de la comunicación interna mejora la identidad colectiva de la Comuna Valdivia?</p> <p>¿Consideras que la identidad visual se utiliza de manera efectiva en la señalización y promoción de la comuna?</p> <p>¿Se realiza un seguimiento de indicadores para medir el impacto de la imagen institucional?</p>
			Reputación	Encuestas Satisfacción del comunero			
			Identidad visual	Actualización y modernización Consistencia de la identidad visual			
			Participación ciudadana	Transparencia en la toma de decisiones			
			Corporativa	Impacto Feedback			

3.4. Población, muestra y periodo de estudio

De acuerdo con (Gómez et al., 2016) el termino población se refiere a un conjunto de unidades, que suelen ser personas, objetos o eventos, y que son el tema de estudio y generan interés. Por ello, se puede deducir que la población es el personal del cabildo de la comuna Valdivia, contando con una muestra de 5 personas; presidente, vicepresidente, secretario, tesorero y síndico.

Con el fin de obtener resultados se utilizará el tipo de muestra no probabilístico por conveniencia para obtener criterios con referencia a la población de estudio. Es por esto que debido a esta metodología de aprendizaje se logrará implementarla en el personal del Cabildo de la comuna Valdivia.

3.5. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información

La técnica empleada para la obtención de datos consiste en la encuesta y como instrumento un cuestionario con escala de Likert con los siguientes niveles: (1) Nunca, (2) Casi nunca, (3) A veces, (4) Casi siempre, (5) Siempre. Para (Acosta, s.f.) , la encuesta es una herramienta de investigación diseñada para recopilar información representativa de un conjunto de individuos. Esta técnica de encuesta tiene como objetivo examinar los resultados recolectados por los miembros del cabildo de la comuna Valdivia, con la finalidad de adquirir la información esencial para la investigación.

De igual manera, se empleará la técnica de la entrevista con un instrumento: guía de preguntas con siete ítems.

De acuerdo con (Acosta, s.f.), define a la entrevista como la interacción entre dos personas con el propósito de obtener información. Esta misma se la aplicará a dos expertos en las áreas de comunicación interna y en imagen institucional.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Procesamiento de la información

Los datos recopilados a partir de la encuesta realizada a los miembros del cabildo de Valdivia fueron obtenidos de manera presencial. Una vez completada la encuesta con las cinco dignidades los resultados fueron procesados en Microsoft Excel. Estos resultados se desglosaron en tablas, además se incorporó un gráfico en forma de pastel para mejorar la visualización de la representación porcentual de los datos. Posteriormente, se realizaron diversas representaciones basadas en los resultados obtenidos.

En relación con la obtención de los resultados de la entrevista, se coordinó con dos especialistas, un entrevistado profesional que desempeña cargos en Relaciones públicas del Municipio de Salinas, y el otro entrevistado especialista en Comunicación quienes participaron de la entrevista de manera presencial y virtual, respondiendo a siete ítems que contribuirán a la investigación. Para el análisis correspondiente se organizó la información en cuadros de doble entrada. En la selección superior se proporcionaron detalles como nombres completos, título, especialidad, mientras que en la sección central se presentaron las siete preguntas junto con un análisis general realizado por el investigador.

4.2. Análisis e interpretación de resultados

Análisis cuantitativo: encuesta

A continuación, se presentan los resultados derivados de la encuesta aplicada al personal del cabildo de comuna Valdivia, utilizando el cuestionario basado en la escala de Likert. Los cuáles serán cuantificados y sometidos a un análisis por parte del investigador.

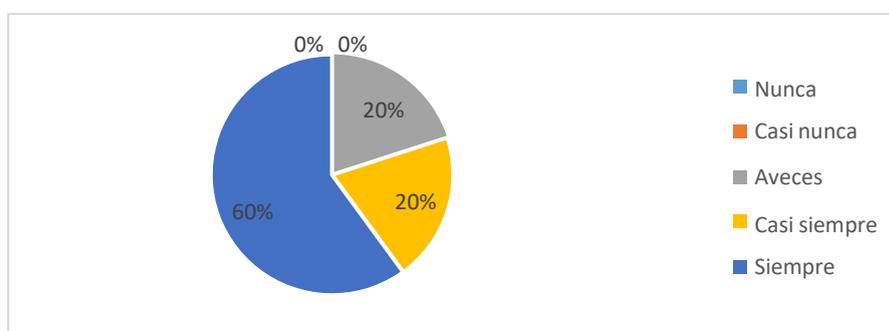
Tabla 1. ¿Dentro de la comuna Valdivia se hace uso de canales para transmitir la comunicación interna?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	1	20%
Casi siempre	1	20%
Siempre	3	60%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta a los miembros del cabildo de la comuna Valdivia

Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Figura 1. ¿Dentro de la comuna Valdivia se hace uso de canales para transmitir la comunicación interna?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Análisis e interpretación de resultados

Respecto a la primera pregunta, los miembros del cabildo de la comuna Valdivia respondieron a lo siguiente: Nunca (0) 0%, Casi nunca (0) 0%, A veces (1) que corresponde a el 20%, Casi siempre (1) perteneciente al 20% y Siempre (3) equivalente al 60%.

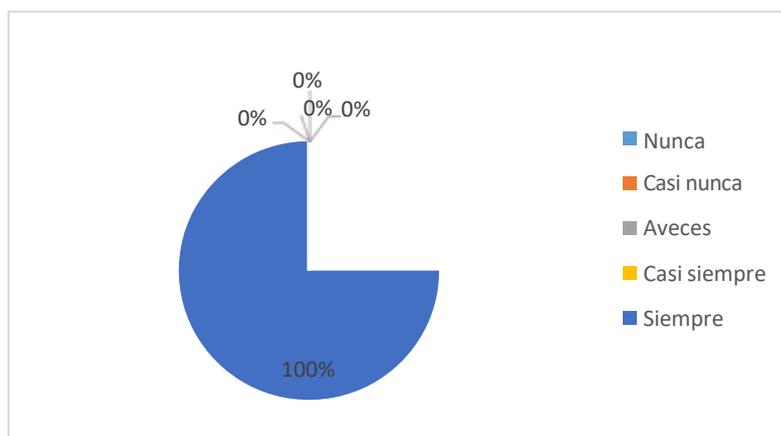
A modo de conclusión, el 60% Siempre, 20% Casi siempre y A veces 20% se posicionaron en un rango positivo, consideran que dentro de la comuna Valdivia si se hace uso de canales para transmitir la comunicación interna.

Tabla 2. ¿El uso de WhatsApp y llamadas telefónicas como medio de comunicación aportan a la comunicación interna del cabildo de la comuna Valdivia?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	0	0%
Siempre	5	100%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta a los miembros del cabildo de la comuna Valdivia
 Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Figura 2. ¿El uso de WhatsApp y llamadas telefónicas como medio de comunicación aportan a la comunicación interna del cabildo de la comuna Valdivia?



Fuente: Tabla de frecuencia
 Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Análisis e interpretación de resultados

Los miembros del cabildo comunal de Valdivia respondieron a la encuesta: Nunca, Casi nunca, A veces y Casi siempre (0) 0%, Siempre (5) 100%.

El 100% Siempre, catalogándose en rango positivo consideran que el uso de WhatsApp y llamadas telefónicas como medio de comunicación aportan a la comunicación interna del cabildo de la comuna Valdivia.

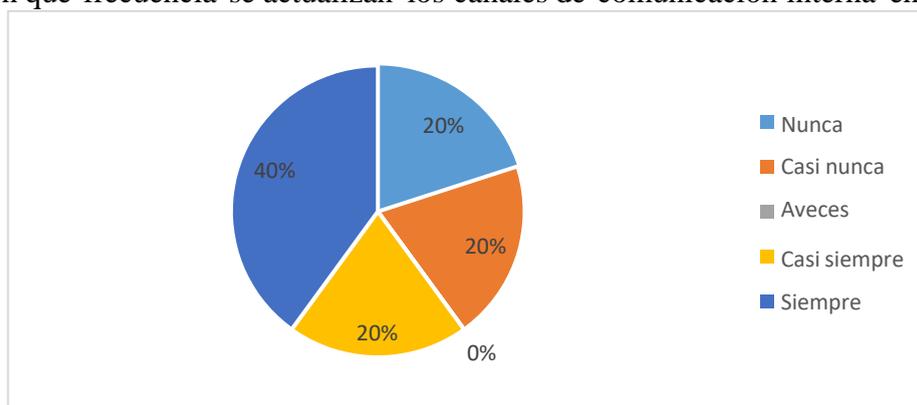
Tabla 3. ¿Con qué frecuencia se actualizan los canales de comunicación interna en la institución?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	20%
Casi nunca	1	20%
A veces	0	0%
Casi siempre	1	20%
Siempre	2	40%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta a los miembros del cabildo de la comuna Valdivia

Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre

Figura 3. ¿Con qué frecuencia se actualizan los canales de comunicación interna en la institución?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Análisis e interpretación de resultados

Los encuestados respondieron a Nunca (1) que corresponde al 20%, Casi nunca (1) que evidencia al 20%, A veces (0) 0%, Casi siempre (1) equivalente al 20% y Siempre (2) equivalente al 40%.

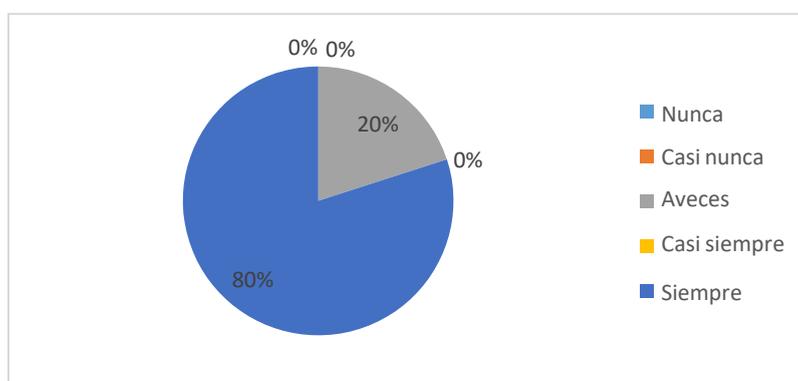
El 40% Siempre y 20% Casi siempre en un rango positivo, consideran que los canales de comunicación interna en la institución se actualizan con frecuencia., mientras que el 20% Casi nunca y Nunca 20% se reflejan como un nivel bajo.

Tabla 4. ¿Considera que la información de la comunicación interna del cabildo comunal de Valdivia es clara y concisa?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	1	20%
Casi siempre	0	0%
Siempre	4	80%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta a los miembros del cabildo de la comuna Valdivia
 Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Figura 4. ¿Considera que la información de la comunicación interna del cabildo comunal de Valdivia es clara y concisa?



Fuente: Tabla de frecuencia
 Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Análisis e interpretación de resultados

Respecto a la cuarta pregunta, los miembros del cabildo de la comuna Valdivia respondieron lo siguiente: Nunca (0) 0%, Casi nunca (0) 0%, A veces (1) correspondiente al 20%, Casi siempre (0) 0%, y Siempre (4) equivalente al 80%.

El 80% Siempre, y 20% A veces catalogándose en un rango positivo, consideran que la información de la comunicación interna del cabildo comunal de Valdivia es clara y concisa.

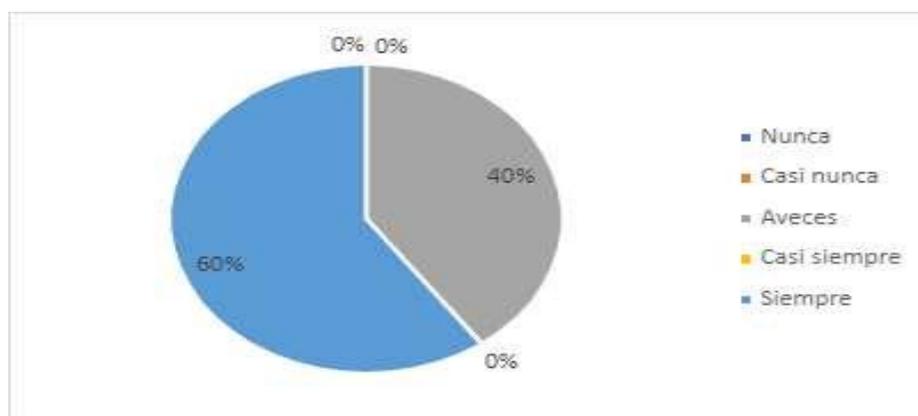
Tabla 5. ¿Considera que la gestión de la comunicación interna de la comuna Valdivia promueve la participación de los comuneros en la toma de decisiones y la generación de ideas?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	2	40%
Casi siempre	0	0%
Siempre	3	60%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta a los miembros del cabildo de la comuna Valdivia

Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Figura 5. ¿Considera que la gestión de la comunicación interna de la comuna Valdivia promueve la participación de los comuneros en la toma de decisiones y la generación de ideas?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Análisis e interpretación de resultados

Los miembros del cabildo respondieron a la encuesta a Nunca (0) que corresponde al 0%; Casi nunca (0) al 0%; A veces (2) equivalente al 40%; Casi siempre (0) al 0% y Siempre (3) correspondiente al 60%.

El 40% A veces y 60% Siempre en un rango positivo de los encuestados mencionan que consideran que la comunicación interna de la comuna Valdivia promueve la participación de los comuneros en la toma de decisiones y la generación de ideas.

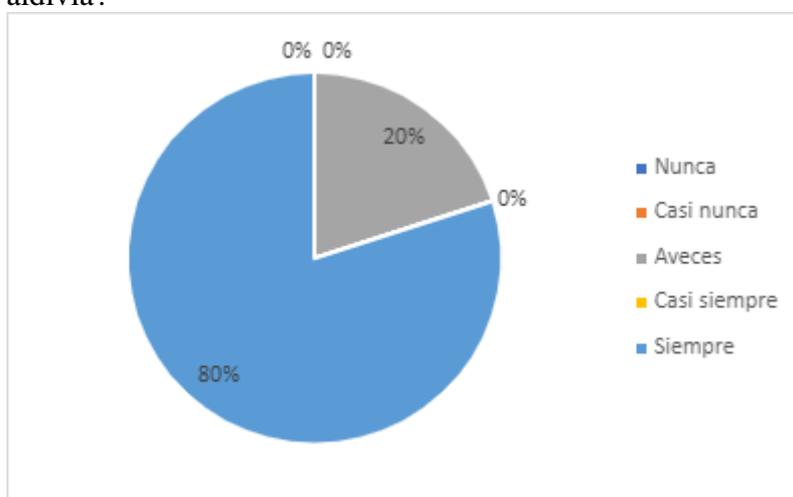
Tabla 6. ¿Considera que la gestión de la comunicación interna contribuye a la imagen institucional de la comuna de Valdivia?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	1	20%
Casi siempre	0	0%
Siempre	4	80%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta a los miembros del cabildo de la comuna Valdivia

Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Figura 6. ¿Considera que la gestión de la comunicación interna contribuye a la imagen institucional de la comuna de Valdivia?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Análisis e interpretación de resultados

En cuanto a la sexta pregunta, los encuestados respondieron: Nunca y casi nunca (0) que corresponde al 0%; A veces (1) perteneciente al 20%; Casi siempre (0) 0% y Siempre (4), correspondiente al 80%.

En conclusión, el 80% Siempre y 20% A veces, indicando un rango positivo consideran que la comunicación interna contribuye a la imagen institucional de la comuna de Valdivia.

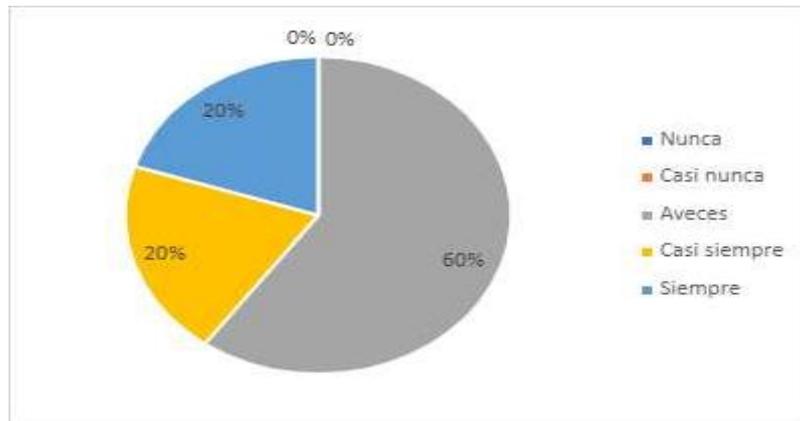
Tabla 7. ¿La reputación general que proyecta la imagen institucional de la comuna de Valdivia es confiable?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	3	60%
Casi siempre	1	20%
Siempre	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta a los miembros del cabildo de la comuna Valdivia

Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Figura 7. ¿La reputación general que proyecta la imagen institucional de la comuna de Valdivia es confiable?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Análisis e interpretación de resultados

Según los resultados obtenidos los miembros del cabildo respondieron, Nunca (0) 0%; Casi nunca (0) 0%; A veces (3) equivalente al 60%, Casi siempre (1) correspondiente al 20% y Siempre (1) representado por el 20%.

El 60% A veces, 20% Casi siempre y 20% Siempre, catalogándose en rango positivo, los encuestados mencionan que la reputación general que proyecta la imagen institucional de la comuna Valdivia es confiable.

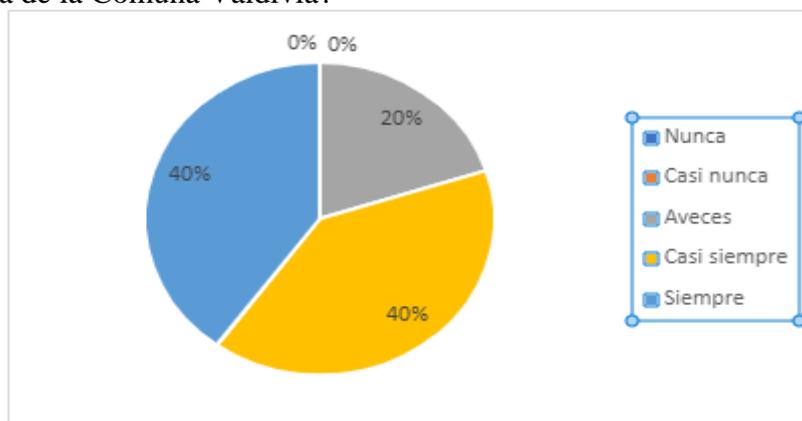
Tabla 8. ¿Considera que la imagen social proyectada a través de la comunicación interna mejora la identidad colectiva de la Comuna Valdivia?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	1	20%
Casi siempre	2	40%
Siempre	2	40%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta a los miembros del cabildo de la comuna Valdivia

Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Figura 8. ¿Considera que la imagen social proyectada a través de la comunicación interna mejora la identidad colectiva de la Comuna Valdivia?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Análisis e interpretación de resultados

Los encuestados respondieron: Nunca (0) 0%; Casi nunca (0) 0%; A veces (1) equivalente al 20%; Casi siempre (2) que corresponde al 40% y Siempre (2) equivalente al 40%.

El 40% Casi siempre y Siempre, los encuestados mencionan que la imagen social proyectada a través de la comunicación interna contribuye positivamente a fortalecer la identidad colectiva de la Comuna Valdivia.

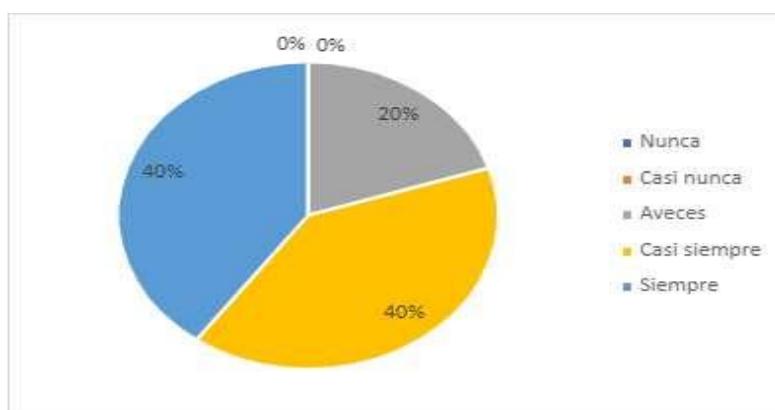
Tabla 9. ¿Consideras que la identidad visual se utiliza de manera efectiva en la señalización y promoción de la comuna?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	1	20%
Casi siempre	2	40%
Siempre	2	40%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta a los miembros del cabildo de la comuna Valdivia

Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Figura 9. ¿Consideras que la identidad visual se utiliza de manera efectiva en la señalización y promoción de la comuna?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Análisis e interpretación de resultados

Según los resultados obtenidos, los encuestados indicaron que Nunca (0) 0%, Casi nunca (0) 0%, A veces (1) se situó en el 20%, Casi siempre (2) fue el 40% y Siempre (2) también fue equivalente al 40%.

En conclusión, el 40% Casi siempre y Siempre catalogándose de manera positiva, determinan que la identidad visual se utiliza de manera efectiva en la señalización y promoción de la comuna.

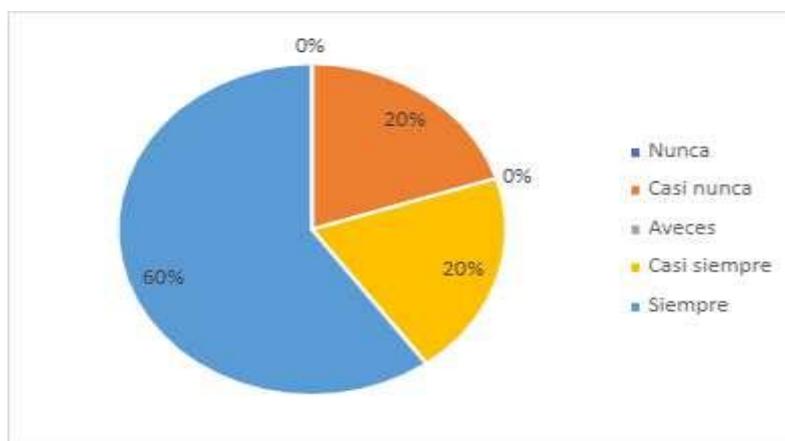
Tabla 10. ¿Se realiza un seguimiento de indicadores para medir el impacto de la imagen institucional?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	1	20%
A veces	0	0%
Casi siempre	1	20%
Siempre	3	60%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta a los miembros del cabildo de la comuna Valdivia

Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Figura 10. ¿Se realiza un seguimiento de indicadores para medir el impacto de la imagen institucional?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes, noviembre 2023

Análisis e interpretación de resultados

Los miembros del cabildo contestaron: Nunca (0) 0%; Casi nunca (1) 20%, A veces (0) 0%; Casi siempre (1) 20%, y Siempre (3) perteneciente al 60%.

El 60% Siempre y 20% Casi siempre, colocándose en rango positivo, manifiestan que dentro de la institución se realiza seguimiento de indicadores para medir el impacto de la imagen institucional. Por otro lado, existe el 20% que manifestó Casi nunca.

Análisis cualitativo: Entrevista

Tabla 11. Análisis de resultados de preguntas estructuradas

Entrevistado: Flor Carbo Toala	Entrevistado: Luisa María Macías	
Cargo: Jefa de Relaciones Públicas del Municipio de Salinas	Cargo: Asistente de Comunicación UPSE	
Especialidad: Lcda. Comunicación Social, Mgtr. Comunicación	Especialidad: Lcda. Comunicación	
Entrevistador: Julissa Carmen Yagual Reyes	Entrevistador: Julissa Carmen Yagual Reyes	
Preguntas	Respuestas	Observación
¿Cuáles son los procesos de flujos de comunicación interna adecuados para una institución, tomando en cuenta la comunicación ascendente -descendente, horizontal-transversal?	Los flujos ascendentes para retroalimentación, descendentes para directrices, comunicación horizontal para colaboración interna y transversal para integración entre departamentos son esenciales para equilibrar y mejorar la cohesión organizativa.	(Montoya y De la Rosa , 2014), refieren que los flujos de comunicación son esenciales para una organización, permitiendo una coordinación efectiva, lo que contribuye al éxito y eficiencia de una empresa.
¿Cuáles son las estrategias de comunicación interna para garantizar que los mensajes dentro de una institución sean emitidos de manera clara y coherente?	Establecer protocolos claros, utilizar canales efectivos, fomentar la retroalimentación y alinear los mensajes con la misión y valores de la organización garantizan una comunicación clara y coherente.	Las estrategias de comunicación interna son esenciales para el buen funcionamiento de una institución. (Porter, 2021) afirma que la estrategia es una herramienta fundamental en la toma de decisiones, la misma proporciona un camino claro para lograr objetivos y enfrentar desafíos.
¿Cuáles son los canales de comunicación interna más apropiados para una institución asegurando que tenga una transmisión efectiva de mensajes?	Los principales canales de comunicación interna como correos electrónicos, reuniones regulares, plataformas colaborativas en línea y herramientas de mensajería interna como Whatsapp o telegram aseguran una transmisión eficiente de mensajes en una institución.	En relación con la interrogante (Angulo, 2022) esclarece que la utilización de canales de comunicación contribuye a optimizar el intercambio de información centrándose en la frecuencia de las reuniones organizadas para discutir temas internos.
¿Cuáles son los elementos claves para desarrollar y mantener una imagen institucional sólida?	Conocer el público objetivo, obtener mensajes claros, transparencia, y compromiso con valores y calidad en todas las interacciones. La consistencia en la comunicación, la adaptabilidad a cambios y la escucha activa a la retroalimentación fortalece y mantiene una imagen	Mantener una imagen institucional sólida implica esfuerzo continuo. (Qué.es, 2023) , define la imagen social como el conjunto de atributos que singularizan a un grupo específico, es decir, lo diferencian de otros grupos sociales.

institucional sólida.

¿Cómo puede una institución adaptar su imagen institucional a los cambios del entorno social y cultural?

Cambiar su comunicación para reflejar valores actuales, participar en diálogos relevantes y ajustar sus prácticas según las tendencias sociales y culturales emergentes.

La capacidad de escuchar, aprender y evolucionar garantiza que la institución sea relevante. (Hatch y Schultz, 1997) , definen la imagen institucional como el resultado de la impresión que se forma en la mente del público como consecuencia de la interacción de sus creencias, vivencias y emociones al entrar en contacto.

¿Qué estrategias de comunicación pueden ayudar a mejorar la imagen institucional de una comuna?

Adaptarse a todos los medios de comunicación es esencial. Mediante la creación de plataformas en línea para recibir comentarios y sugerencias, la organización de eventos comunitarios y la difusión constante de logros y proyectos a través de medios de comunicación locales. La utilización efectiva de redes sociales y la colaboración con líderes de la comunidad potencian la visibilidad positiva de la imagen de una comuna.

(Galdea, 2011) , determina que la imagen institucional se desarrolla directamente a partir de las acciones realizadas por la institución misma y la interpretación de estos eventos por parte de observadores externos.

¿Cómo se puede medir y evaluar la efectividad de las iniciativas de gestión de la imagen institucional de un cabildo comunal?

Es crucial utilizar indicadores como la percepción pública, la participación ciudadana y la coherencia entre la identidad proyectada y la experiencia real. Encuestas, análisis de medios y evaluación de la comunicación son herramientas clave.

(Ramos, 2009), determina que se puede medir a través de la participación. “La participación ciudadana, a diferencia de otras formas de participación, refiere específicamente a que los habitantes de las ciudades intervengan en las actividades públicas representando intereses particulares”.

Fuente: Entrevista a expertos
Elaborado por: Julissa Carmen Yagual Reyes
Fecha: Noviembre, 2023

5. DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados de la encuesta

Los resultados obtenidos señalan la importancia de una comunicación interna para fortalecer la cohesión organizativa. Luego de realizar la encuesta se ha podido identificar aspectos en cuanto a la gestión de la comunicación interna y el manejo de la imagen institucional del cabildo de la comuna Valdivia.

Con relación a la **pregunta 1, ¿Dentro de la comuna Valdivia se hace uso de canales para transmitir la comunicación interna?** Se obtuvieron los siguientes resultados: 60% Siempre, 20% Casi siempre y 20% A veces. Estos datos se relacionan al criterio de (Angulo, 2022) quien esclarece que la utilización de canales de comunicación contribuye a optimizar el intercambio de información. Por ello es importante resaltar que se puede mejorarla comunicación interna centrándose en la frecuencia de las reuniones organizadas para discutir temas internos.

En relación a la **pregunta 2, ¿El uso de WhatsApp y llamadas telefónicas como medio de comunicación aportan a la comunicación interna del cabildo de la comuna Valdivia?** Se obtuvo el 100% Siempre, catalogándose en rango positivo. Estos datos coinciden con lo que manifiesta (Montoya y De la Rosa, 2014), que los flujos de comunicación son esenciales para una organización, permitiendo una coordinación efectiva, lo que contribuye al éxito y eficiencia de una empresa.

Tomando en cuenta a la **pregunta 4, ¿Considera que la información de la comunicación interna del cabildo comunal de Valdivia es clara y concisa?** Donde se obtuvo el equivalente al 80% Siempre. Haciendo énfasis al criterio de (Thompson, 2008), quien señala que es un proceso que incluye distintos pasos, entre ellos, el emisor transmite, intercambia o comparte un mensaje con un receptor. Segundo, el emisor codifica el mensaje para que sea comprensible para el receptor.

5.2. Discusión de resultados de la entrevista

Asimismo, se formularon preguntas estructuradas en el marco de entrevistas cualitativas dirigidas a dos expertos en comunicación. A continuación, se destacan las preguntas que se consideran más relevantes.

Tomando en cuenta a la pregunta 1. **¿Cuáles son los procesos de flujos de comunicación interna adecuados para una institución, tomando en cuenta la comunicación ascendente-descendente, horizontal-transversal?** Los procesos de flujos de comunicación interna adecuados para una institución varían según la naturaleza de la organización, sus objetivos y su cultura. Esto se lo concierne al criterio de (Montoya y De la Rosa, 2014) refieren que los flujos de comunicación son esenciales para una organización, permitiendo una coordinación efectiva, lo que contribuye al éxito y eficiencia de una empresa.

Por lo consiguiente, la pregunta 6. **¿Qué estrategias de comunicación pueden ayudar a mejorar la imagen institucional de una comuna?** Mejorar la imagen institucional de una comuna implica implementar estrategias de comunicación efectivas que generen una percepción positiva entre los residentes y otras partes interesadas. En relación con esta pregunta (Galdea, 2011) determina que la imagen institucional se desarrolla directamente a partir de las acciones realizadas por la institución misma y la interpretación de estos eventos por parte de observadores externos.

Analizando la pregunta 7. **¿Cómo se puede medir y evaluar la efectividad de las iniciativas de gestión de la imagen institucional de un cabildo comunal?** La medición y evaluación de la efectividad de las iniciativas de gestión de la imagen institucional de un cabildo comunal son fundamentales para comprender el impacto de las acciones emprendidas (Ramos, 2009) determina que se puede medir a través de la participación “La participación ciudadana, a diferencia de otras formas de participación, refiere específicamente a que los habitantes de las ciudades intervengan en las actividades públicas representando intereses particulares”.

En resumen, según los hallazgos investigados sobre la gestión de la comunicación interna y el manejo de la imagen institucional en la comuna de Valdivia, se puede afirmar que se han contestado las preguntas de investigación, la misma que sugiere que una eficiente gestión de la comunicación interna contribuiría a mejorar la percepción del personal en el ámbito organizacional. Sin embargo, se destaca que la comunicación interna es relevante para la promoción de un ambiente organizacional favorable para el crecimiento y buena proyección de la imagen institucional.

CONCLUSIONES

El presente proyecto de investigación pretende ser una contribución a la comunidad científica, tanto en temas actuales y próximos con fines de comunicación interna e imagen institucional. Tras el análisis recabado se concluye que, la gestión de la comunicación interna y manejo de la imagen institucional que tiene la comuna Valdivia es relativamente efectiva.

De acuerdo con el estudio realizado se identificaron las estrategias de comunicación interna que ejecuta el cabildo de la comuna de Valdivia, estas se enfocan en el uso de WhatsApp y las llamadas telefónicas, donde se discuten asuntos de interés común y toman decisiones sobre temas que afectan a la comunidad, asuntos locales, seguridad ciudadana, cultura y salud.

El cabildo de la comuna de Valdivia realiza el manejo de la imagen institucional de forma detallada, promueve la participación de los comuneros en la toma de decisiones y la generación de ideas utilizando canales de comunicación que facilitan el diálogo con los ciudadanos, como reuniones públicas, encuestas y redes sociales.

Según el análisis realizado en este estudio se puede determinar que los canales de comunicación que pueden contribuir al mejoramiento de la gestión de la comunicación interna se destacan: correos electrónicos, reuniones regulares, herramientas de mensajería interna como WhatsApp, que aseguran una transición eficiente de mensajes en una institución. Son esenciales para mantener una operación eficiente y transparente en un cabildo. Además, contribuyen significativamente a construir y mantener una imagen institucional positiva y a fortalecer las relaciones tanto internas como externas.

RECOMENDACIONES

Si bien es positivo que el cabildo de la comuna de Valdivia haya identificado y ejecutado estrategias de comunicación interna a través de WhatsApp y llamadas telefónicas, se sugiere considerar la diversificación de canales para optimizar la efectividad y alcance de la comunicación. Incorporar herramientas como correo electrónico, plataformas de colaboración en línea y reuniones virtuales puede enriquecer la interacción entre los miembros, facilitar la gestión de información y promover una comunicación más completa y eficiente. Esta ampliación de opciones de comunicación puede adaptarse a diversas necesidades y contextos, fortaleciendo así la cohesión y eficacia del cabildo en su conjunto.

El enfoque detallado del cabildo de la comuna de Valdivia en el manejo de la imagen institucional es una práctica valiosa que contribuye a construir confianza y credibilidad. Por ello, para fortalecer aún más este proceso, se recomienda explorar la posibilidad de implementar estrategias de comunicación visual y narrativa que destaquen los logros y la participación activa de la comunidad. Además, para fomentar una participación más activa, se puede considerar la utilización de plataformas digitales interactivas que faciliten la colaboración y la generación de ideas entre los comuneros. La transparencia en la toma de decisiones y la inclusión de la comunidad en la formulación de ideas refuerzan la legitimidad del cabildo y fomentan el sentido de pertenencia y compromiso en la comunidad de Valdivia.

Basándonos en los hallazgos de este estudio, se subraya la importancia de incorporar una variedad de canales de comunicación para potenciar la gestión de la comunicación interna en el cabildo. Se propone realizar mejor uso de las plataformas establecidas como correos electrónicos, reuniones regulares, plataformas colaborativas en línea y herramientas de mensajería interna, considerar la adopción de redes sociales específicas para la comunidad para compartir información relevante, creación de foros de discusión en línea. Estos canales adicionales diversificarán la forma en que se comparte la información y facilitarán la participación de los residentes, promoviendo así una comunicación más completa y accesible en la comunidad.

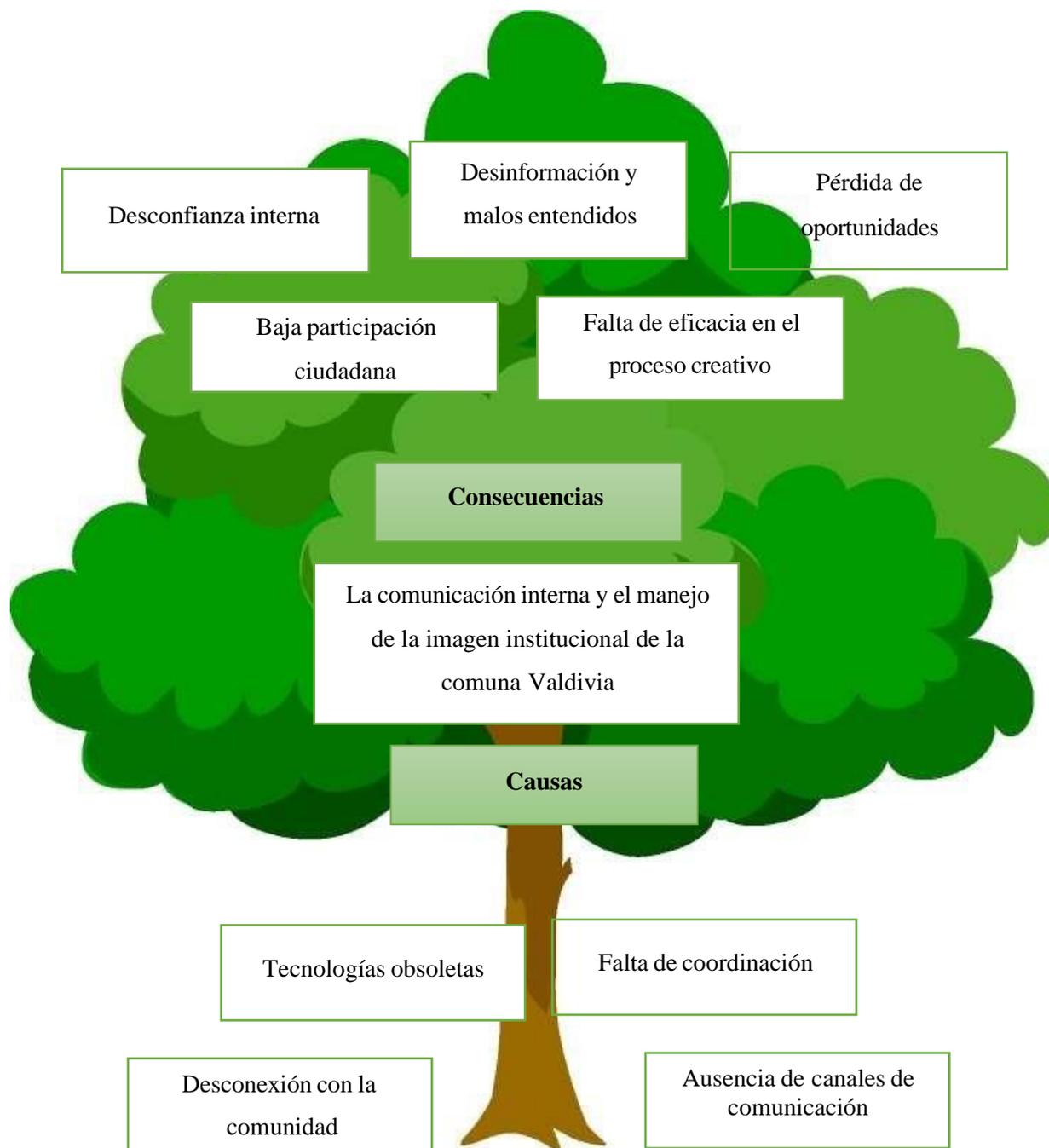
BIBLIOGRAFÍA

- Abedaña , M., & Sánchez, L. (2020). De la comunicación interna al diálogo.
<http://www.cuadernosartesanos.org/2020/cac178.pdf#page=47>
- Acosta, D. (s.f.). *Diferencia entre encuesta, entrevista y cuestionario*.
https://prezi.com/lia3wvrtv0_r/diferencia-entre-encuesta-entrevista-y-cuestionario/?fallback=1
- Agudelo, L., & Aignerren, J. (2008). Diseños de investigación experimental y no-experimental.
https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2622/1/AgudeloGabriel_2008_DisenosInvestigacionExperimental.pdf
- Alessandri, W. (2001). Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EUM000000006146/full/html>
- Andrade, A., & Pizarro, R. (2019). Análisis de la comunicación interna en la imagen institucional de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte y su impacto en los estudiantes de la carrera de periodismo. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9090757>
- Angulo, A. (2022). Comunicación interna: canales de comunicación implementados por el departamento de Comunicación de la UPSE.
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6960/1/UPSE-TCO-2022-0002.pdf>
- Capriotti, P. (2013). Planificación estratégica de la imagen Corporativa. <https://fundacion-rama.com/wp-content/uploads/2022/04/2563.-Planificacion-estrategica-de-la-imagen-%E2%80%A6-Capriotti.pdf>
- Carreras, E., Alloza, Á., & Carreras , A. (2013). *Reputación corporativa*.
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=egwFEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=Alloza,+%C3%81.,+Carreras,+E.,+%26+Carreras,+A.,+\(2013\).+Reputaci%C3%B3n+corporativa.+Editorial+Almuzara.+&ots=sl95e_mjB_&sig=cIAi9OKREq3ZrZyMfA49v9j-WnU#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=egwFEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=Alloza,+%C3%81.,+Carreras,+E.,+%26+Carreras,+A.,+(2013).+Reputaci%C3%B3n+corporativa.+Editorial+Almuzara.+&ots=sl95e_mjB_&sig=cIAi9OKREq3ZrZyMfA49v9j-WnU#v=onepage&q&f=false)
- Duque, E., & Carvajal, L. (2015). La identidad organizacional y su influencia en la imagen: una reflexión teórica. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X15000178>
- Edison, J., & Turpo Chaparro. (2014). Cultura organizacional, imagen institucional y calidad de los servicios educativos según la percepción de los alumnos, padres, docentes y público externo de la Universidad Peruana Unión.
https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/257/Josu%c3%a9_Tesis_doctorado_2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Eloy, J. A., & Romero, M. (2005). Comunicación interna en la empresa (Vol. 25).
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=sfy96cldCbkC&oi=fnd&pg=PA15&dq=la+comunicaci%C3%B3n+interna+se+define+como+un+valor+que+tiene+una+empres&ots=oADPbybXba&sig=7bErQttB8f-ryI1jRYZLs_0Ac-o#v=onepage&q=la%20comunicaci%C3%B3n%20interna%20se%20define%2
- Fernández, C. (2009). La comunicación en las organizaciones.

- <http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/3223/1/Definici%C3%B3n%20y%20alcance%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional.PDF>
- Galdea, G. (2011). Análisis de la imagen institucional de la Secretaría de Relaciones Exteriores de México y su comunicación externa con el segmento poblacional migrante.
<https://www.redalyc.org/pdf/4419/441942925003.pdf>
- García, P. P. (2013). El estudio de la comunicación interna en el contexto del grado de publicidad y RR PP de la universidad de Cádiz.
<https://pdfs.semanticscholar.org/0ec7/bbcb0bdcf41a5c33804f4573682a7f74cd84.pdf>
- Gómez, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Gonzabay, K. (2023). Gestión de la comunicación interna y clima organizacional del cabildo comunal de Jambelí del cantón Santa Elena.
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9165>
- Guerrero, M., Sotelo, J., & Cabezuelo, F. (2022). La comunicación interna como herramienta estratégica constructora y transmisora de la cultura organizacional.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8340667>
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity and image.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/eb060636/full/html>
- Huaranca, J., & Rodriguez, K. (2017). Influencia de la comunicación interna en el clima laboral de la empresa depósito Pakatnamú EIRL Trujillo año 2017.
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11597/Huaranca%20Chavez%20Jacqueline%20Paola%20-%20Rodriguez%20Rodriguez%20Karina%20Marisol.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Jick. (1979). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. <https://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf>
- Márquez, J., Molina, Ó., & Mejía, L. (2017). La gestión de comunicación del municipio de Montecristi y su influencia en la imagen institucional.
http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2550-65872017000100034&script=sci_arttext
- Montoya, M. d., & De la Rosa, L. (2014). Flujos de comunicación en organizaciones privadas de Tijuana. https://www.redalyc.org/pdf/1995/Resumenes/Abstract_199531505010_2.pdf
- Nieto, N. T. (2018). Tipos de investigación.
<http://repositorio.usdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>
- Patrick, L. F., & Valskov, K. (2014). *Internal communications: a manual for practitioners*.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=0fgOBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Fitz+Patrick,+L.,+y+Valskov,+K.+2014.,+Internal+communications:+a+manual+for+practitioners.+Kogan+Page+Publishers.+&ots=CaPBhuovZu&sig=GjyzDvUDmbpUcnXf__EISHxIW4#v=onepage&q=Fitz%20

- Porter, M. E. (2021). ¿Qué es la estrategia?
<https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/28281/1/2.%2BQue%CC%81%2Bes%2Bestrategia.pdf>
- Qué.es, D. y. (2023). Imagen Social. <https://definicionyque.es/imagen-social/>
- Quispe, D. (2014). Clima laboral y percepción de la imagen institucional en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Público "Juan Velasco Alvarado" año 2013.
https://www.lareferencia.info/vufind/Record/PE_7da262a53e405655ff296943deab86f6
- Ramírez, M., & Ricardo, C. (2014). Programa televisivo para fortalecimiento de la imagen institucional de CNEL–Santa Elena. 2014–2015.
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3874/1/UPSE-TCS-2014-0021.pdf>
- Ramos, M. Á. (2009). La participación ciudadana en la esfera de lo público.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67611350006>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (s.f.). Diccionario de la lengua española:
<https://dle.rae.es/corporativo>
- Rojas, O. (2008). Relaciones públicas: la eficacia de la influencia.
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=j-8nzu2pGL4C&oi=fnd&pg=PA15&dq=relaciones+p%C3%BAblicas&ots=DtEJ0xpVlu&sig=qjITzin4ZbelilOkJhFOK2ShAn4#v=onepage&q=relaciones%20p%C3%BAblicas&f=false>
- Rus, C. B. (2016). La comunicación interna en las organizaciones.
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/7425/TFM000339.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Sampieri, H., & Mendoza. (s.f.). Metodología de la investigación.
- Subiela, B. (2017). La gestión de la identidad visual corporativa de las universidades españolas.
- Thompson, I. (2008). *PromonegocioS.net*.
<https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>
- Tomalá, E. (2022). Estrategias de comunicación externa en la cultura digital de la Federación de Comunas de Santa Elena, 2021. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8540>

Figura 11. Árbol de problema



Matriz de operacionalización

VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	TÉCNICA	INSTRUMENTO	ITEMS
Comunicación interna	Variable independiente	La comunicación interna es una de las principales actividades de la organización, pues mediante esos procesos se coordinan las acciones fundamentales que le dan sentido a la organización, se ejecutan tareas, se realizan cambios, se orientan las conductas interpersonales, y se construyen valores de la cultura organizacional (Oyarvide et al., 2017, p. 299)	Comunicación organizacional	Eficacia en la transmisión de mensajes	Encuesta Entrevista	Cuestionario Guía de preguntas	¿Dentro de la comuna Valdivia se hace uso de canales para transmitir la comunicación interna? ¿El uso de WhatsApp y llamadas telefónicas como medio de comunicación aportan a la comunicación interna del cabildo de la comuna Valdivia? ¿Con qué frecuencia se actualizan los canales de comunicación interna en la institución? ¿Considera que la información de la comunicación interna del cabildo comunal de Valdivia es clara y concisa? ¿Considera que la gestión de la comunicación interna de la comuna Valdivia promueve la participación de los comuneros en la toma de decisiones y la Generación de ideas?
			Proceso de comunicación	Tipos de procesos de comunicación			
			Flujos de comunicación	Canal de comunicación			
			Estrategia	Participación de los líderes			
			Relaciones públicas	Interacción			
Imagen institucional	Variable dependiente	Entre los conceptos encontrados y analizados, se destaca la multidimensionalidad de la imagen, que denota la dificultad de traducir la imagen percibida de una organización en un solo factor; y la definición de que la imagen corporativa es un concepto mental sobre una institución (Dowling, 1986 en Santos et al., 2019, p. 268 - 269).	Imagen social	Participación en actividades	Encuesta Entrevista	Cuestionario Guía de preguntas	¿Considera que la gestión de la comunicación interna contribuye a la imagen institucional de la comuna de Valdivia? ¿La reputación general que proyecta la imagen institucional de la comuna de Valdivia es confiable? ¿Considera que la imagen social proyectada a través de la comunicación interna mejora la identidad colectiva de la Comuna Valdivia? ¿Consideras que la identidad visual se utiliza de manera efectiva en la señalización y promoción de la comuna?
			Reputación	Encuestas Satisfacción del comunero			
			Identidad visual	Actualización y modernización Consistencia de la identidad visual			
			Participación ciudadana	Transparencia en la toma de decisiones			
			Corporativa	Impacto			

				Feedback			¿Se realiza un seguimiento de indicadores para medir el impacto de la imagen institucional?
--	--	--	--	----------	--	--	---

Instrumentos de validación

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario

Tema: Gestión de la comunicación interna y manejo de la imagen institucional de la Comuna Valdivia

Objetivo General: Analizar la comunicación interna y manejo de la imagen institucional de la comuna Valdivia

Escala:

1. Nunca
2. Casi nunca
3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre

Variable independiente: Comunicación interna		1	2	3	4	5
1	¿Dentro de la comuna Valdivia se hace uso de canales para transmitir la comunicación interna?					
2	¿El uso de WhatsApp y llamadas telefónicas como medio de comunicación aportan a la comunicación interna del cabildo de la comuna Valdivia?					
3	¿Con qué frecuencia se actualizan los canales de comunicación interna en la institución?					
4	¿Considera que la información de la comunicación interna del cabildo comunal de Valdivia es clara y concisa?					
5	¿Considera que la gestión de la comunicación interna de la comuna Valdivia promueve la participación de los comuneros en la toma de decisiones y la generación de ideas?					
Variable dependiente: Imagen institucional						
6	¿Considera que la gestión de la comunicación interna contribuye a la imagen institucional de la comuna de Valdivia?					
7	¿La reputación general que proyecta la imagen institucional de la comuna de Valdivia es confiable?					
8	¿Considera que la imagen social proyectada a través de la comunicación interna mejora la identidad colectiva de la Comuna Valdivia?					

9	¿Consideras que la identidad visual se utiliza de manera efectiva en la señalización y promoción de la comuna?					
10	¿Se realiza un seguimiento de indicadores para medir el impacto de la imagen institucional?					

Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
Juez Experto

C.I:2400115875



Firma

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		Gestión de la comunicación interna y manejo institucional de la Comuna Valdivia																
AUTOR:		Julissa Carmen Yagual Reyes																
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN	
				Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA			
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Comunicación interna	Comunicación organizacional	Eficacia en la transmisión de mensajes	¿Dentro de la comuna Valdivia se hace uso de canales para transmitir la comunicación interna?						x		x			x		x		
	Proceso de comunicación	Tipos de procesos de comunicación	¿El uso de WhatsApp y llamadas telefónicas como medio de comunicación aportan a la comunicación interna del cabildo de la comuna Valdivia?						x		x			x		x		
	Flujos de comunicación	Canal de comunicación	¿Con qué frecuencia se actualizan los canales de comunicación interna en la institución?						x		x			x		x		
	Estrategias	Participación de los lideres	¿Considera que la información de la comunicación interna del cabildo comunal de Valdivia es clara y concisa?						x		x			x		x		
	Relaciones publicas	Interacción	¿Considera que la gestión de la comunicación interna de la comuna Valdivia promueve la participación de los comuneros en la toma de decisiones y la generación de ideas?						x		x			x		x		

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación: 100

La Libertad 14 de noviembre del 2023



Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
Juez Experto
C.I:2400115875

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Yagual Reyes Julissa Carmen		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Gestión de la comunicación interna y manejo institucional de la Comuna Valdivia		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Cuestionario	
Objetivo:	Analizar la comunicación interna y manejo de la imagen institucional de la comuna Valdivia	
Dirigido a:	Miembros del cabildo comunal de la comuna Valdivia	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Posligua Quinde María Isabel	
Documento de identidad:	2400115875	
Grado académico:	Máster en Comunicación e Identidad Corporativa	
Especialidad:	Relaciones públicas y RSC	
Experiencia profesional (años): 7 años		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable x	Aplicable después de corregir	No aplicable
Sugerencia:		

La Libertad 14 de noviembre del 2023



Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
Juez Experto
C.I: 2400115875

INSTRUMENTO

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: Gestión de la comunicación interna y manejo institucional de la comuna Valdivia

Objetivo: Analizar la comunicación interna y manejo de la imagen institucional de la comuna Valdivia

Entrevistado:

Cargo:

Especialidad:

Entrevistador:

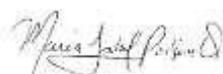
Entrevistado:

Cargo:

Especialidad:

Entrevistador:

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente			
Comunicación interna	¿Cuáles son los procesos de flujos de comunicación interna adecuados para una institución, tomando en cuenta la comunicación ascendente–descendente, horizontal–transversal?		
	¿Cuáles son las estrategias de comunicación interna para garantizar que los mensajes dentro de una institución sean emitidos de manera clara y coherente?		
	¿Cuáles son los canales de comunicación interna más apropiados para una institución asegurando que tenga una transmisión efectiva de mensajes?		
Variable Dependiente	¿Cuáles son los elementos claves para desarrollar y mantener una imagen institucional sólida?		
	¿Cómo puede una institución adaptar su imagen institucional a los cambios del entorno social y cultural?		
Imagen institucional	¿Qué estrategias de comunicación pueden ayudar a mejorar la imagen institucional de una comuna?		
	¿Cómo se puede medir y evaluar la efectividad de las iniciativas de gestión de la imagen institucional de un cabildo comunal?		



Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
Juez Experto
C.I: 2400115875

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		Gestión de la comunicación interna y manejo institucional de la Comuna Valdivia																
AUTOR:		Julissa Carmen Yagual Reyes																
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN	
									RELACIÓN ENTRE:									
				VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA								
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO							
Comunicación interna	Comunicación organizacional	Eficacia en la transmisión de mensajes	¿Cuáles son los procesos de flujos de comunicación interna adecuados para una institución, tomando en cuenta la comunicación ascendente-descendente, horizontal-transversal?							X		X		X				
	Proceso de comunicación	Tipos de procesos de comunicación	¿Cuáles son las estrategias de comunicación interna para garantizar que los mensajes dentro de una institución sean emitidos de manera clara y coherente?															
	Flujos de comunicación	Canal de comunicación	¿Cuáles son los canales de comunicación interna más apropiados para una institución asegurando que tenga una transmisión efectiva de mensajes?							X		X		X				
	Estrategias	Participación de los líderes																
	Relaciones publicas	Interacción								X		X		X				
Imagen institucional	Imagen social	Participación en actividades	¿Cuáles son los elementos claves para desarrollar y mantener una imagen institucional sólida?							X		X		X				
	Reputación	Encuestas Satisfacción del comunero	¿Cómo puede una institución adaptar su imagen institucional a los cambios del entorno social y cultural?							X		X		X				
	Identidad visual	Actualización y modernización Consistencia de la identidad visual	¿Qué estrategias de comunicación pueden ayudar a mejorar la imagen institucional de una comuna?							X		X		X				
	Participación ciudadana	Transparencia en la toma de								X		X		X				

		decisiones	¿Cómo se puede medir y evaluar la efectividad de las iniciativas de gestión de la imagen institucional de un cabildo comunal?														
Corporativa		Impacto Feedback															

La Libertad 14 de noviembre del 2023



Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
 Juez Experto
 C.I: 2400115875

**FICHA DE EVALUACIÓN
DEL INSTRUMENTO**

Nombre del instrumento: Cuestionario – escribir la variable independiente

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES	
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96		
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100		
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					X	
2. Objetividad	Expresa conductas observables																					X	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																					X	
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																					X	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																					X	
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																					X	
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																					X	
8. Coherencia	Relación en variables e indicadores																					X	
9. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																					X	

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.



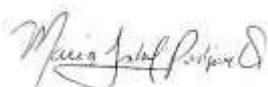
Calificación: 100

Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
Juez Experto
C.I: 2400115875

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Yagual Reyes Julissa Carmen		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Gestión de la comunicación interna y manejo de la imagen institucional de la comuna Valdivia		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Guía de preguntas	
Objetivo:	Analizar la comunicación interna y manejo de la imagen institucional de la comuna Valdivia	
Dirigido a:	Especialistas en el área de comunicación interna e imagen institucional	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Posligua Quinde María Isabel	
Documento de identidad:	2400115875	
Grado académico:	Máster en Comunicación e Identidad Corporativa	
Especialidad:	Relaciones públicas y RSC	
Experiencia profesional (años): 7 años		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable x	Aplicable después de corregir	No aplicable
Sugerencia:		

La Libertad 14 de noviembre del 2023



Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
Juez Experto
C.I:2400115875

Figura 12. Entrevistas

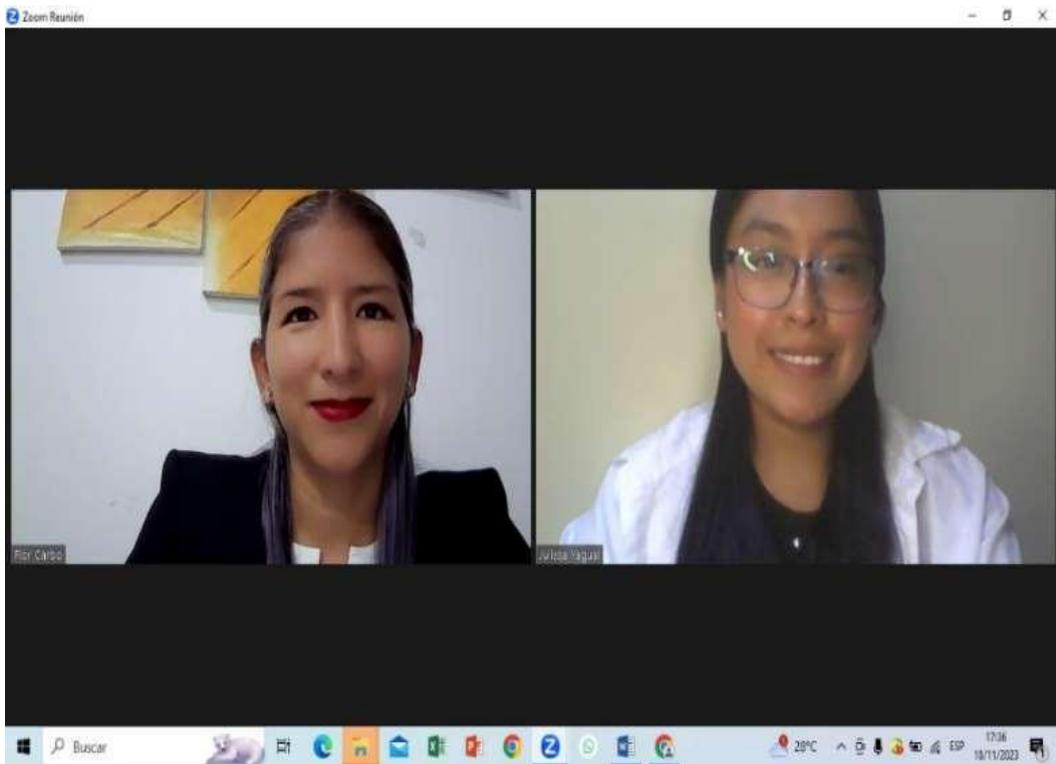


Figura 13. Aplicación de encuesta



