

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACION
FACULTAD DE EDUCACION Y HUMANIDADES
ESCUELA DE POSGRADO



Comunicación interna e implicancias en el proceso de gestión
educativa de la Universidad San Pedro Filial Lima -2017

Tesis para obtener el Grado de Maestro en Educación con
Mención en Docencia Universitaria e Investigación Pedagógica

Autor

Velasquez Sierra Valentín Leonidas

Asesor

Ángeles Morales Julio Cesar

Huacho – Perú

2019

Palabras Clave

Tema	Docencia universitaria e investigación
Especialidad	Maestría en Educación

Keywords

Topic	University teaching and pedagogical research
Specialty	Master of Education

Líneas de Investigación

Líneas de Investigación:	Organización y dirección de las instituciones educativas
Sub línea de Investigación:	Estrategias de enseñanza aprendizaje
Área:	Ciencias Sociales
Sub área:	Ciencias de la Educación
Disciplina:	Educación General

Titulo

**Comunicación Interna e Implicancias en el Proceso de Gestión Educativa de la
Universidad San Pedro, Filial Lima – 2017**

Title

**Internal Communication and Implications in the Educational Management Process
of the San Pedro University, Lima Branch – 2017.**

Resumen

Los colaboradores de una organización, son los pilares fundamentales para la buena marcha, la Filial de la localidad de Lima de la Universidad San Pedro 2017, congrega una cantidad importante de usuarios internos; en coordinación con la sede principal , despachan constantemente una copiosa documentación importantes vinculados a la gestión universitaria, trámites que generan los alumnos de la universidad, por ello, es importante que la comunicación interna sea eficaz para reducir la incertidumbre, rumores y muchas anomalías y así servir como catalizador del cambio porque la audiencia interna es la más importante para el comunicador. Existe una evidencia cada vez mayor de que los empleados son considerados una parte interesada importante. Se investigó el tema, para hallar relación de la variable Comunicación interna con implicancias en el proceso de gestión educativa; a los 22 colaboradores de la filial aplicó un cuestionario de 20 preguntas, los cuales se validó por juicio de expertos y además tuvo una validación interna sometida a alfa de Cronbach. Al realizar la prueba de hipótesis se halló la relación altamente significativa, con las implicancias en del desarrollo de la gestión educacional de la Universidad San Pedro Filial Lima, 2017. Asimismo, el valor calculado Tau b de Kendall es 0.877 y de acuerdo a la tabla de valores estadísticos representa las variables analizadas, tienen muy buena correlación.

Abstract

The collaborators of an organization are the fundamental pillars for the good progress, the Branch of the town of Lima of the Universidad San Pedro 2017, brings together a significant number of internal users; In coordination with the main headquarters, they constantly dispatch a copious important documentation related to university management, procedures generated by university students, therefore, it is important that internal communication is effective to reduce uncertainty, rumors and many anomalies and thus serve as a catalyst for change because the internal audience is the most important to the communicator. There is growing evidence that employees are seen as an important stakeholder. The subject was investigated to find the relationship of the variable Internal communication with the implications in the educational management process; A questionnaire of 20 questions was applied to the 22 employees of the subsidiary, which was validated by expert judgment and also had an internal validation subjected to Cronbach's alpha. When performing the hypothesis test, the highly significant relationship was found, with the implications in the development of educational management of the Universidad San Pedro Filial Lima, 2017. Likewise, the calculated value of Kendall's Tau b is 0.877 and according to the table of statistical values represents the analyzed variables, they have very good correlation

Índice

Palabras Clave	i
Título	ii
Resumen	iii
Abstract	iv
Índice	v
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Antecedentes y fundamentación científica	2
1.1.1 Antecedentes	2
1.1.2 Fundamentación Científica	5
1.2 Justificación de la Investigación	17
1.3 Problema	18
1.3.1 Formulación del Problema:	19
1.4 Conceptuación y operacionalización de variables	19
1.4.1 Conceptuación de las variables	19
1.4.2 Operacionalización de variables	21
1.5. Hipótesis. –	22
1.6. Objetivos.....	22
1.6.1 Objetivo General	22
1.6.2 Objetivos específicos:	22
II. METODOLOGIA	23
2.1. Tipo y diseño de investigación	23
2.2 Población y muestra.....	23
2.2.1 Población	23
2.2.2 Muestra. -.....	23
2.3 Técnicas e instrumentos de investigación.....	24
2.3.1 Técnica:	24

2.3.2 Instrumento:	24
2.3.3 Validez de los instrumentos:	24
2.3.4 Procesamiento	25
III. RESULTADOS	26
3.1 Análisis inferencial	26
3.1.1 Prueba de Hipótesis General	26
3.1.2 Prueba de hipótesis específicas según pregunta formulada:	29
IV. ANALISIS Y DISCUSIÓN	35
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	38
5.1 Conclusiones:.....	38
5.2 Recomendaciones:	38
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	40
VII. ANEXOS Y APENDICES	44
Anexo 01: Matriz de consistencia lógica.....	44
Anexo 02: Matriz de consistencia metodológica.....	45
Anexo 03 Cuestionario	47
Anexo 04 Validez de instrumento por juicio de expertos.....	48

I. INTRODUCCIÓN

La comunicación interna tiene muchas definiciones, son definidas desde distintos puntos de vista, algunos son muy simplistas en su enfoque; otros intentan encapsular todos los elementos de la función de comunicación interna. Sin embargo, en su forma más pura, la comunicación interna se define como la forma en que las organizaciones y los empleados comparten información y se comunican entre sí. Esta definición no se centra en las personas, ya que es función de todos comunicarse entre sí. El objetivo del presente es ayudar a las organizaciones a priorizándola y mejorando la comunicación, proponiendo teoría con potencial para mejorar la práctica. Diseño / metodología / enfoque.: este documento identifica lagunas en la literatura académica y aborda los llamados a la retroalimentación académica y conceptualizarla, a la teoría sobre sus mandatos, alcance y enfoque y para contrarrestar la tendencia a tratar a los empleados como un público único. Para abordar estas brechas, la comunicación interna se define y se posiciona dentro de la escuela de pensamiento de la comunicación corporativa. Hallazgos - El documento propone una Matriz de comunicación interna que podría usarse para complementar otras formas de análisis de la situación interna y como una herramienta analítica que puede aplicarse al análisis estratégico, la planificación y revisión. Implicaciones prácticas: a los profesionales de la comunicación estratégica se les ofrece una nueva perspectiva. La esencia de Comunicación que aquí se propone podría utilizarse para complementar otras formas de análisis de la situación interna y como una herramienta analítica que puede aplicarse al análisis estratégico, la planificación y la revisión de la comunicación. La definición de comunicación corporativa interna ofrece una lente a través de la cual los comunicadores pueden considerar estrategias y tácticas de comunicación. Originalidad / valor: la contribución teórica de este artículo es significativa, ya que aborda las lagunas en la literatura sobre comunicación interna. Para ello, conceptualiza un enfoque multidimensional de partes interesadas resumido en la Esencia misma de comunicación interna. Este enfoque es

significativo ya que amplía los enfoques anteriores. El documento introduce el concepto de comunicación corporativa interna y argumenta que debería ser un foco clave tanto para la organización como para los empleados.

1.1 Antecedentes y fundamentación científica

Se realizó una exhaustiva búsqueda física y virtual de estudios similares al que se está desarrollando, de los cuales según criterio e importancia se consideró pertinente los siguientes:

1.1.1 Antecedentes

Yauri (2018), En su estudio *Comunicación interna, satisfacción del cliente interno* Objetivo, determinar relación de comunicación interna con satisfacción del cliente interno. Metodología, El tipo de investigación, descriptiva, no experimentalista, en un tiempo determinado y correlacional, se consideró la muestra censal de 73 colaboradores de la institución educativa predominante en mención. La encuesta fue la técnica utilizada para la recolección de muestras utilizando dos cuestionarios uno para cada variable, de elaboración propia la misma que fue validada por juicio de expertos., asimismo también se realizó la validación interna con el Coeficiente Cronbach 0,867, y 0,837 respectivamente, en el cuestionario de satisfacción de los colaboradores de la institución. Resultados: se halló relación significativa ($r = 0.712$; $p \text{ valor} < 0,05$) en la variable comunicación interna. Conclusión, a mejor comunicación interna habrá mejor satisfacción los empleados de la institución educativa.

Quillatupa (2017), Realizó un estudio, *Comunicación interna y desarrollo organizacional* Objetivo fue descubrir la relación en la comunicación interna con el desarrollo organizativo. Metodología, estudio tipo descriptivo, correlacional, transversal, muestra de 95 colaboradores. Resultados arrojan que hay correlación con tendencia positiva y moderada ($r = 0.470$) comunicación interna con desarrollo organizativo. Conclusión: la hipótesis general ha sido corroborada y aceptada.

Yáñez (2017), estudió de investigación titulado *La comunicación interna y liderazgo organizativo*. Objetivo fue identificar la relación de la comunicación interna. Metodología, estudio cuantitativo no probabilístico, descriptivo. la muestra fue de 50. Resultados, La comunicación interna se relaciona significativamente con el liderazgo organizativo, con el 79.61%; siendo alto el nivel de relación. Conclusión, el proceso de contratación de la hipótesis general evidencia que la comunicación interna se relaciona significativamente en el liderazgo organizativo con un $X= 0.84\%$.

Salinas (2017), En su trabajo, *Comunicación interna y gestión organizacional*, Objetivo: identificar el nivel de relación de la comunicación interna con la gestión organizativa. Metodología, cuantitativo, descriptivo, correlacional, muestra fue 325 trabajadores. Para recolectar datos se obtuvo por el cuestionario para las variables, se experimentó a la validez externa con juicio de expertos y la validez interna con Cronbach. Resultados: comunicación organizativa interna con gestión organizacional están altamente relacionados ($r = 0,906$ y Significancia. $=0,000$).}

Charry (2017). *Gestión de la comunicación interna con la relación del clima organizativo*. Objetivo, determinar relación en las variables. Metodología, Descriptivo, correlacional no experimental y transversal, muestra de 200 trabajadores Resultados: Se halló correlación significativa en la gestión de comunicación interna y clima organizacional con r de $S = 0.959$. Conclusión. Determinó la relación muy significativa en la comunicación con todas las dimensiones del estudio.

Porras (2018), *Comunicación y Fortalecimiento Organizacional*, Objetivo, Determinar relación de la variable supervisión con asociación y sus dimensiones. Metodología, descriptivo, cuantitativo, correlacional y transversal con una muestra de 50, se obtuvo los datos a través de cuestionarios estandarizados, en estudios previos, no obstante, se realizó la validación externa con juicio de expertos. Resultados: El 36 % de los encuestados responden que a veces hay una adecuada comunicación, asimismo el 46 por

ciento afirman que la comunicación interna esta muy fortalecida. Conclusión Los valores inferenciales arrojaron que la correlación es muy buena.

Balarezo (2014), Comunicación organizativa interna con incidencia en su desarrollo organizativo. Objetivo del presente trabajo fue determinar el problema latente, las causas y los efectos, del resultado de la misma se hará un diseño propositivo que se empleará como un protocolo de orientación y la institución pueda adoptar las medidas pertinentes; es un estudio de investigación correlacional, descriptivo cuantitativo, correlaciona las variables de la investigación, la comunicación organizacional interna y el desarrollo organizativo. Resultados: Existen las falencias en la comunicación organizacional interna y están repercutiendo sobre la coordinación de las actividades dentro de la institución. La comunicación organizacional influye directamente sobre la baja productividad y el desarrollo organizativa de la empresa, así también en las actitudes de los colaboradores.

Viera (2016), Investigó, *Estrategia en la comunicación interna y su incidencia en su desarrollo organizacional*, cuyo objetivo fue determinar la incidencia de las estrategias de comunicación interna del Guano en el desarrollo institucional. La metodología fue de tipo inductiva, descriptiva, concluyendo generalidades sobre el uso de estrategias de comunicación interna.

1. Se aprecia que la Unidad de Comunicación Social no cuenta con el personal capacitado para ejercer las funciones de Comunicador Social, siendo esto un problema para que la comunicación tanto interna como externa se lo realice de manera empírica.
2. La Unidad de Comunicación Social se ve afectada por no contar con estrategias de comunicación internas efectivas para que autoridades, empleados y trabajadores estén informados de toda clase de actividades o reuniones que se planifiquen dentro del GAD.
3. La falta de comunicación entre jefes de direcciones, autoridades, empleados y trabajadores, se evidencia en los resultados de trabajos realizados dentro de la institución no son los adecuados y óptimos.

1.1.2 Fundamentación Científica

Existe una gran cantidad de definiciones de comunicaciones internas. Algunos son muy simplistas en su enfoque; otros intentan encapsular todos los elementos de la función de comunicación interna. Pero cuando se trata de comunicación interna, la claridad del propósito puede ser más difícil de precisar. No ayuda que haya numerosas definiciones flotando alrededor, cada una de ellas diferente de la otra, cada una con un enfoque y función diferentes. La información en las organizaciones, debe ser real y verídica, de manera que, la comunicación, y el contenido del mensaje fundamentalmente no sea alterado por agente alguno, tampoco, se debe permitir que el directorio envíe las informaciones falsas o distorsionadas. Es más, la comunicación tiene que ser siempre verdadera y muy sustantiva. Esto quiere decir, que, se pretende comunicar, claramente siempre debe ser veraz, sino también bueno para las personas, para la institución, y para toda la comunidad. Esto es viable cuando se actúa de buena fe y voluntad. Pero no basta solo eso porque, es necesario también una gestión muy eficaz. Galdón (2010).

Tipos de Comunicación

Comunicación formal: Los mensajes que circulan por canales regulados y preestablecidos de una organización están creando la comunicación formal. El contenido de la comunicación está relacionado con la actividad de la organización, con el trabajo y con todo lo relacionado con ellos. La comunicación formal puede consistir en mensajes verbales, mensajes no verbales, escritos, en forma de letras, mensajes telefónicos, mensajes de radio, impresos, notas internas. Incluso algunos gestos pueden consistir en una comunicación formal. Los mensajes son transmitidos por los autorizados: en los canales oficiales, estos llegan a los que necesitan reaccionar, a las personas o máquinas que necesitan conocer el contenido de estos mensajes.

La comunicación formal representa un repertorio de géneros de comunicación que están orientados a objetivos y relacionados con la función, fluyen a través de la jerarquía, siguen normas prescritas y trascienden el tiempo y el espacio. La comunicación formal puede variar en sustancia y forma, pero toda comunicación formal comparte las

características de ser racional, estructurada y orientada a objetivos. La comunicación formal es fundamental para el surgimiento de la comunicación organizacional como disciplina y crítica para la comunicación como constitutiva de la perspectiva de las organizaciones. Sin embargo, la comunicación formal a menudo priva a los grupos organizacionales de su voz y puede filtrar información crítica. La fuerza de la comunicación formal radica en su capacidad para estandarizar la comunicación para garantizar la confiabilidad y en su capacidad para documentar y, por lo tanto, constituir una organización. La comunicación formal se refiere al flujo de información oficial a través de canales y rutas adecuados y predefinidos. El flujo de información está controlado y necesita un esfuerzo deliberado para comunicarse correctamente. La comunicación formal sigue una estructura jerárquica y una cadena de mando. Los métodos de comunicación formales son formas oficiales de compartir información. Las comunicaciones son ordenadas y siguen reglas, procedimientos o estándares establecidos. Las comunicaciones formales son muy comunes en entornos educativos, entornos laborales y entornos empresariales. La comunicación formal se refiere al intercambio de información oficialmente. El flujo de comunicación está controlado y es un esfuerzo deliberado. Esto hace posible que la información llegue al lugar deseado sin ningún obstáculo, a un pequeño costo y de manera adecuada. Esto también se conoce como A través de una comunicación de canal adecuada. Las siguientes son las características principales de la comunicación formal: (1) Escrita y oral: la comunicación formal puede ser tanto escrita como oral. Los trabajos diarios se manejan a través de comunicación oral, mientras que los asuntos de política requieren comunicación escrita (2) Relaciones formales: Esta comunicación se adopta entre aquellos empleados donde la organización ha establecido relaciones formales. El remitente y el receptor tienen algún tipo de relación organizativa.3) Camino prescrito: La comunicación tiene que pasar por un canal definido mientras se mueve de una persona a otra. Por ejemplo, para transmitir los sentimientos de un trabajador al gerente, se debe buscar la ayuda del capataz. (4) Mensaje organizacional: este canal se ocupa únicamente de los mensajes organizacionales autorizados y los mensajes personales están fuera de su jurisdicción. La

comunicación formal asegura un canal adecuado de flujo de información entre el superior y sus subordinados correspondientes. Esto da como resultado un establecimiento claro de la línea de autoridad y el flujo de trabajo. Dejar claras las responsabilidades de los subordinados es muy eficaz en esta forma de comunicación. La comunicación formal mantiene relaciones constantes entre los superiores y los subordinados como resultado de lo cual se mantiene la dignidad de los superiores de línea. En consecuencia, es conveniente controlar a los subordinados y fijar su responsabilidad, que es absolutamente necesaria para un control eficaz y exitoso.

Por lo general, todas las comunicaciones formales registran y guardan en la evidencia de la organización. Se conservan copias de estos por el transmisor, por el receptor, por todos los escritorios de la organización que necesitan conocer y conservar la información.

La comunicación formal a veces puede tener lugar en la horizontal, a lo largo de las direcciones paralelas de la autoridad. La red de comunicación formal de una organización junto con espacios de conservación de estas comunicaciones, están sirviendo para más propósitos. Define el canal por el que se enviarán los mensajes importantes. Se creará un plan de transmisión de esta información, tanto para el transmisor como para los receptores. Se indicará la dirección hacia las personas que reaccionarán y hacia las personas que necesitan ser informadas sobre estas acciones, sus pasos y resultado. Ofrece un espacio de almacenamiento de información que será necesario para planificar las operaciones y el control. Se crea un sistema ordenado para los superiores y subordinados, con el fin de mantenerse informados constantemente.

La red de comunicación formal se forma a partir de canales formales, creados mediante el establecimiento de un sistema formal de responsabilidades de acuerdo con la estructura jerárquica de la organización. La red perfecta es aquella que contiene un canal de comunicación de abajo hacia arriba, hacia abajo y horizontalmente. A menudo falta la dirección de la comunicación horizontal o es ineficaz y de esta manera la precisión de la información disminuye. La situación se presenta por la falta de circulación permanente de la información entre departamentos, aunque esto es vital para la organización en

condiciones de competencia existente, o la falta de especialistas en comunicación organizacional.

Las comunicaciones descendentes, de arriba a abajo, las realiza el gerente a los subordinados. Se transmiten disposiciones e instrucciones, se identifican las responsabilidades de los empleados. En una organización eficiente, este tipo de comunicación tiene como propósito motivar a los empleados, su información continua sobre política, metas y estrategia de la organización. La periodicidad es importante porque asegura la comunicación constante. En ocasiones, este tipo de comunicación está ganando una tentación privilegiada, moviéndose solo hacia los empleados, considerados con responsabilidades prioritarias. Puede tener lugar incluso cuando solo el gerente está transmitiendo órdenes e instrucciones a los empleados, sin estar demasiado preocupado por su información.

Si la organización está cambiando, la comunicación descendente debe usarse para cambiar opiniones, actitudes, restricciones de desperdicio y miedo a la desinformación para ayudar a los empleados a cumplir con estos cambios. Este tipo de comunicación requiere una retroalimentación. Por eso se completa con una comunicación de abajo hacia arriba, de los empleados al gerente. Estos, a medida que entienden la comunicación descendente, pueden comunicar sus respuestas. El gerente debe prestar atención a la información que recibe, gracias a la tendencia de los empleados a decir solo cosas buenas al jefe: puede parecer una desinformación deliberada.

La comunicación informal: Es muy importante y necesaria para la organización porque sirve de complemento a la comunicación formal, es espontánea, responde al vacío dejado por la comunicación formal y obviamente no se planifica. La comunicación informal se refiere a la comunicación multidimensional. La comunicación informal se mueve libremente dentro de la organización y no está limitada por canales y rutas de comunicación predefinidos. La comunicación informal es particularmente rápida. La comunicación informal es mucho más relacional que la formal y por naturaleza, es comunicación muy natural; las personas interactúan entre sí libremente y pueden hablar temas diferentes y de todos los tonos se extienden más allá de sus deberes laborales.

Debido a la naturaleza inherente de la comunicación informal, se mueve mucho más rápido y no tiene un rastro de papel. La comunicación informal en el lugar de trabajo a menudo se llama la vid y generalmente comienza con los empleados a través de las relaciones sociales. En muchos casos, las comunicaciones informales pueden convertirse en comunicación formal si se agregan al flujo de información de comunicación formal de una empresa.

La comunicación informal surge de todos aquellos canales que quedan fuera de los canales formales y también se la conoce como parra. Se establece en torno a la afiliación social de los miembros de la organización. La comunicación informal no sigue líneas de autoridad como en el caso de la comunicación formal. Normalmente, dicha comunicación es oral y puede expresarse incluso con una simple mirada, señas o silencio. La comunicación informal, es implícita, espontánea multidimensional y diversa. Suele funcionar en grupos de personas, es decir, cuando una persona tiene información de interés; lo pasa a su grupo informal y así sucesivamente. Una organización puede hacer un uso eficiente de los canales informales para fortalecer los canales formales de comunicación. Actúa como un propósito valioso al expresar cierta información que no puede ser canalizada por los canales oficiales. Satisface los deseos de las personas de identificar lo que está sucediendo en la organización y ofrece la oportunidad de expresar temores, preocupaciones y quejas. La comunicación informal también facilita mejorar las decisiones de gestión a medida que más personas participan en el proceso de toma de decisiones.

A pesar de muchas ventajas, la comunicación informal tiene ciertas desventajas. La comunicación informal contiene hechos, engaños, rumores y datos poco claros. Los canales informales de comunicación pueden transmitir información completamente imprecisa que puede dañar en lugar de ayudar a una organización. Además, es imposible fijar la responsabilidad por su origen o flujo de información. Sin embargo, para el funcionamiento eficiente de cualquier organización se requieren comunicaciones formales e informales. (Lucas Marín 1997, pág., 166).

Cuando se trata de comunicaciones internas, esto ciertamente es factible. La visión de la organización puede brindarle a su empresa una ventaja estratégica importante en estos tiempos cambiantes. Pero en qué consiste su cultura (metas, valores y prácticas) se debe transmitir de manera efectiva de acuerdo con las mejores prácticas si los empleados van a entenderla y actuar en consecuencia. Por ello, es importante concentrarse no solo en lo que está comunicando, sino también en cómo lo está comunicando.

El éxito de cualquier iniciativa institucional está siempre condicionado a que si los servidores pueden cumplir con las políticas y lineamientos estratégicos de la organización. Esto es especialmente viable cuando haya una transformación digital rápida. Si hay una cantidad importante de trabajadores que perciben que no están siendo integrados en la organización se van a sentir relegados de la empresa, consecuentemente el plan de la empresa no llegará a su objetivo. En todo caso, las eficientes comunicaciones internas fortalecen el tipo de responsabilidad de los empleados que impulsa los buenos resultados comerciales anhelados. Las comunicaciones internas sólidas impulsan y sostienen el cambio. Para los comunicadores internos, es fundamental comprender cómo llegar a una coalición laboral dispersa en crecimiento, incluidos los empleados sin escritorio o los que dan la cara directamente que se pasan por alto y que constituyen el 80% de la coalición laboral global. Si los colaboradores no reciben información necesaria, definitivamente no van a entender o ni siquiera conozcan los objetivos comerciales y políticas de la organización.

Para involucrar a estos empleados de manera efectiva, las comunicaciones internas deben llegar a ellos en sus términos. Los trabajadores estables y los empleados contratados tienen preocupaciones, tensiones y factores únicos que los mantienen motivados para desempeñarse en niveles altos. Un programa de comunicaciones de la coalición laboral sólido y cohesivo no puede ser una ocurrencia tardía. Además, los comunicadores internos no pueden confiar en métodos estándar o de rutina para entablar a los colaboradores independientes, de primera línea y de la economía de conciertos y esperar resultados ideales. Los líderes de comunicaciones deben explorar nuevas opciones de comunicación (incluidas herramientas y aplicaciones móviles) para integrar

completamente sus iniciativas de comunicaciones para ser proactiva al futuro del trabajo e invertir en la gestión del recurso humano; esta es la manera en que pueden convertirse en comunicadores de cambio.

Comunicación informal: Es un tipo de comunicación muy importante y necesaria para la organización porque sirve de complemento a la comunicación formal, es espontánea, responde al vacío dejado por la comunicación formal y obviamente no se planifica. Surge de las interrelaciones sociales de todos los integrantes de la organización, desprendiéndose espontáneamente de acuerdo a la necesidad de comunicación entre los miembros que conforman una empresa. La existencia de esta, es la búsqueda de conocimientos de los trabajadores de la organización, en cuanto a las diferentes actividades y cambios que se llevan a cabo y que estas puedan causar efectos negativos en lo profesional, como en el ámbito personal. Se torna algo imprescindible de las comunicaciones en la empresa, eso le convierte en necesario por tanto sino la hubiera perjudicarían enormemente y sufrirían de una comunicación totalmente inadecuada. No obstante, lo importante que debemos tener siempre presente en nuestra mente que se trata de un arma que se podría obtener efectos adversos. Si le damos una mirada desde un punto de vista positivo, hallaremos que se trata de una herramienta fundamental para promover la integración de los colaboradores dentro de la empresa, un refuerzo al acto de socialización que redundará en aumentar la identificación con la organización. Además, eleva la retroalimentación en los colaboradores y directiva. Por tanto, debe ser aprovechada al máximo para sacar sus ventajas, y se debe identificar a los colaboradores con gran influencia entre los trabajadores, y que no necesariamente debe ser un jefe o directivo para tener el respeto de sus compañeros y ser escuchado con atención. El inconveniente es que este tipo de mensajes no es necesariamente cierto, y un rumor no fundado ocasiona un gran perjuicio tanto para las personas como para las organizaciones. Por lo expuesto, la comunicación interna debe responder a este problema y neutralizarlo lo antes posible, y un plan comunicativo fiable, transparente y fluido es una forma de evitar los rumores.

Los medios que usados en la comunicación formal suelen ser: boletines informativos, memorandos, reuniones, tabloneros de anuncios, correos electrónicos, etc. para la comunicación formal y la comunicación no formal ocurre generalmente durante encuentros fortuitos, paramentos, chismes o rumores, etc. Hay principalmente cuatro direcciones en las que se produce la comunicación dentro de las organizaciones 1. Comunicación descendente: se refiere a esos sistemas de mensajes que proceden virtualmente de la guía de mando desde gerentes a subordinados. Toma la forma de pedidos de oficina, publicaciones de la organización, juicio de desempeño, instrucciones de trabajo, orientaciones de la institución y capacitación para el trabajo. (W. Downs, Allyson D. Adrian, Guilford, 2004)

Comunicación ascendente: la comunicación también fluye de los empleados hacia la guía de mando. Puede ser formal o informal. Joseph Badaracco dijo: La comunicación no siempre puede seguir el modelo de arriba hacia abajo. Con la fluidez de la información en los negocios hoy en día, los líderes deben dominar oyentes; necesitan poder recibir tanto como enviar. Así, el incesante proceso de la comunicación en dirección ascendente es vital para el éxito y crecimiento de la organización. Continuando con el mismo ejemplo de banco podemos entender el alza comunicación. En términos sencillos, todas las comunicaciones que fluyen de la dirección a empleados o seniors a juniors, caen en esta dirección. Si tomamos el ejemplo de un banco, El proceso descendente puede entenderse mediante la siguiente ilustración.

Comunicación horizontal: Alguien ha dicho que el trabajo en equipo divide la tarea y multiplica el éxito. Esto es absolutamente cierto cuando se trata del éxito como organización. Las organizaciones se componen de varios equipos, p. Ej. equipo de cuentas, equipo, equipo de marketing, etc. La comunicación horizontal es la comunicación dentro de los equipos y tiene lugar entre personas del mismo nivel, ya sea dentro del mismo departamento o en todos los departamentos. La comunicación horizontal tiende a ser más relajada, fácil y amigable. Todos los participantes están al mismo nivel y se comunican entre sí para lograr los objetivos del equipo. (Adrian Furnham, Barrie Gunter, Routledge, 1993, Page 165).

Comunicación Diagonal: La comunicación diagonal es comunicación que cruza tanto áreas de trabajo como niveles organizacionales. Cuando un funcionario de finanzas y cuentas se comunica directamente con un gerente de marketing regional sobre el problema de un cliente —El departamento diferente y el nivel organizacional diferente— ese es un ejemplo de comunicación diagonal. (Gestión, 10 / e (Nueva edición) Por Robbins, Dorling Kindersley (India) Pvt. Ltd., 2010, página 328)

5. Comunicación de informal: no existe un origen o destino en particular para este tipo de comunicación. Puede denominarse rumores, pero en algún momento fueron generados intencionalmente mediante el uso de algunas tácticas por parte de la alta dirección. Por ejemplo, La gerencia puede generar rumores de que la empresa está otorgando un bono del 20% para el mejor empleado del mes; pero después de evaluar las reacciones de los empleados, pueden refutar los rumores y anunciar en consecuencia la información final.

Herramientas de comunicación interna:

Herramientas tradicionales: Aunque el siglo XXI señaló el advenimiento de muchas herramientas de comunicación potenciales, pero Las herramientas de comunicación tradicionales siguen siendo muy relevantes y se utilizan en los establecimientos e instituciones públicas y privadas. Teléfono, fax, tableros de anuncios, correo electrónico, boletines internos y reuniones se encuentran entre los más herramientas comunes y tradicionales de comunicación interna.

Nuevos medios de comunicación

Las empresas emplean ahora las herramientas de los nuevos medios para permitir que su gente converse abierta y libremente. Estos funcionan tanto para las empresas emergentes como para las grandes y en situaciones en las que la fuerza laboral está bajo un mismo techo o se encuentra dispersa en muchos lugares. En lo que respecta a las redes sociales, hay muchas plataformas que se utilizan para fines de comunicación, tanto formales como informales. Por nombrar algunos, LinkedIn, Facebook, Twitter, sitios de blogs y muchas otras plataformas de redes sociales. Son rentables, interesantes, más eficaces y de fácil acceso. Estas características hacen que las redes sociales más importantes. Proporciona al usuario muchas más opciones y viabilidad:

1. Los Blogs. Fácil de configurar y administrar, los blogs permiten iniciar discusiones, comentar y archivar para referencia futura. Los blogs de diferentes organizaciones suelen llevar toda la información sobre lo que esté sucediendo dentro o alrededor de la organización. Estas plataformas animan a los empleados a compartir información de forma creativa y aumentar el sentido de pertenencia entre ellos. Hay varios proveedores de servicios que ofrecen espacio gratuito para blogs, p. Ej. blogspot.com.

2. Los Wikis. Una wiki puede definirse como un sitio web que permite a los usuarios agregar contenido nuevo y modificar los existentes. uno, el ejemplo más famoso es Wikipedia.com. Por tanto, es un sitio colaborativo, mejor utilizado cuando los equipos quieren trabajar en un solo proyecto o documento. Estas plataformas pueden ser muy útiles mientras hay una gran necesidad de trabajo colaborativo. Los wikis a menudo pueden negar la necesidad de reuniones y conferencias telefónicas, e incluso permite establecer agendas en línea. El autor de origen renuncia a la propiedad de un documento en la publicación, ya que otros pueden modificarlo o agregarlo. Este es su principal diferenciador de un blog donde otros solo pueden comentar.

3. Redes sociales internas

Los sitios de redes sociales como LinkedIn permiten a los profesionales interactuar entre sí. En las organizaciones de notas similares están construyendo o muchas planean construir redes internas. Entonces que los empleados puedan permanecer en contacto con sus compañeros y la información intercambiada siendo más seguro.

Puede que sean los primeros días para las empresas indias, pero muchas en EE. UU. Ya están ganando terreno.

4. Sitios de redes sociales

Los sitios de redes sociales se están volviendo populares rápidamente. Facebook ha creado historia en este dominio. Casi todo el mundo quiere estar presente en estos sitios hoy en día. Previendo el potencial del reino de tales sitios de redes, las organizaciones corporativas están haciendo su sabia presencia sobre estos sitios. Twitter, Facebook, MySpace, LinkedIn, etc. son los nombres principales.

4. YouTube

YouTube ha demostrado ser muy útil para organizaciones que tienen menos presupuestos para gastar publicidad, estos mensajes deben ser instantáneos e imperdibles, y llegar a todos los empleados, se trata de promover comunicaciones efectivas entre las personas dentro de una organización. Implica producir y entregar mensajes y campañas en nombre de la dirección, así como facilitar el diálogo con los individuos que conforman la organización.

Implicancias de la comunicación interna.

Una deficiente gestión de la comunicación interna, ocasiona la mayoría de los problemas al interior de las organizaciones. Si no se resuelven inmediatamente pueden crear sentimientos negativos entre colegas del trabajo, relaciones débiles entre los líderes y el resto de los trabajadores, un clima laboral desfavorable, y una baja productividad que afecta la continuidad de cada proceso que desarrolla la organización.

Implicancias más recurrentes en el ámbito de las organizaciones:

Información confusa: percibe una inadecuada percepción del mensaje motivando la falta de identificación de los colaboradores con la misión y visión de la empresa. Cuando la empresa no informa adecuadamente, el mensaje o va a calar por tanto las líneas estratégicas y políticas institucionales no van a ser entendidas por los colaboradores, significando que no hay una buena política comunicacional por tanto cada uno de los servidores, entenderá el mensaje de forma diferente y a falta de un discurso común los confundirá, consecuentemente fallará, por ello se debe promover la eficiencia en la comunicación, sensibilizar la importancia de las comunicaciones con la debida formalidad que se requiere para así fomentar la seriedad de las comunicaciones entre los colaboradores, incentivar conversaciones, saludables compartir y corresponder informaciones y conocimientos con mayor solvencia, aumentar el ego positivo del servidor respecto de la organización y responder a las necesidades de las futuras generaciones. Simultáneamente, la realidad en otras empresas da cuenta de dificultades en la gestión que no permiten obtener los resultados esperados.

Ausencia de colaboración e identificación.

Usar métodos de comunicación obsoletos. Con muchas empresas sin papel, el correo electrónico se ha convertido en la forma principal de comunicación porque es rápido y eficiente. Sin embargo, también puede ser una fuente de disminución de la productividad, ya que las bandejas de entrada de los empleados pueden llenarse rápidamente de correos electrónicos frívolos que ocultan mensajes importantes. La afluencia constante de nuevos mensajes también puede ser una distracción para completar tareas importantes.

Las empresas pueden intentar centrarse en la comunicación impulsada por dispositivos móviles. Algunas aplicaciones ofrecen una nueva forma de comunicarse e involucrar a los empleados a través de sus teléfonos inteligentes o tabletas. Esto es especialmente ideal ya que la demografía de la fuerza laboral está cambiando para incluir empleados no tradicionales como trabajadores remotos, trabajadores por contrato y autónomos.

Una aplicación para empleados proporciona al personal un fácil alcance a la información organizacional y las herramientas del lugar de trabajo mientras elimina el desorden de mensajes irrelevantes y mantiene a todos los empleados en la misma página. Muchos empleados también prefieren el uso de aplicaciones al correo electrónico.

No tener una estrategia de comunicación interna. Muchas veces, las empresas se centran en implementar una estrategia sólida para las comunicaciones externas con sus clientes, pero desarrollar una estrategia de comunicación interna es igualmente importante. De hecho, una mala comunicación interna, junto con una mala preparación de los trabajadores de primera línea, puede resultar en una mala comunicación con los clientes. Esto limita la capacidad de una empresa para generar un sentido de lealtad entre los clientes. A continuación, se ofrecen algunos consejos que le ayudarán a empezar a crear una estrategia de comunicación interna que funcione:

Evalúe su comunicación interna actual y dónde quiere estar. ¿Qué ha funcionado con éxito y qué no?

Identifique y realice un seguimiento de las métricas clave. ¿Qué puntos de datos te importan? ¿Es cuanta gente acceder a su intranet, compartir en redes sociales y

comentarios de su personal, o problemas de servicio al cliente? Será importante identificar y establecer metas que se alineen con sus objetivos comerciales.

Identifica y segmenta tu audiencia interna. No toda la comunicación debe llegar a todos. Identifica tus herramientas de comunicación. Esto puede incluir correo electrónico, reuniones cara a cara, redes sociales, una intranet, aplicaciones de la empresa y más. Elija el canal que funcione mejor para la audiencia y el tipo de mensaje que está comunicando.

Falta de retroalimentación. La falta de retroalimentación puede hacer que los empleados sientan que sus voces no se escuchan y puede tener un impacto significativo en la rotación de empleados. Los profesionales y gerentes de recursos humanos a menudo se comunican con los empleados sobre políticas y procedimientos sin tomarse el tiempo para escucharlos. Si desea implementar una estrategia de comunicación integral, debe incluir una comunicación bidireccional.

Escuchar los problemas e inquietudes de los empleados no solo mejora la productividad y genera lealtad, sino que también es una oportunidad para conocer los problemas o inquietudes antes de que se conviertan en una queja formal.

Inicie un proceso de ciclo de retroalimentación a través de una comunicación auténtica y consistente entre gerentes y empleados. Proporcionar retroalimentación beneficia a una empresa al aumentar el compromiso y ayudar a que la empresa avance. Hasta el 80 por ciento de la oportunidad de mejora de una organización proviene de los empleados de primera línea.

Ahora que comprende lo que está en juego cuando una empresa tiene una mala comunicación interna, puede comenzar a tomar las medidas necesarias para evitar estos escollos. Si no se toma el tiempo para desarrollar una estrategia sólida, está poniendo a su empresa en riesgo de perder el contacto con los empleados además de perder dinero.

1.2 Justificación de la Investigación

La comunicación interna es una de las herramientas de gestión, que se torna imprescindibles para las organizaciones, tener una estrategia clara, sólida y bien

considerada para sus comunicaciones internas puede hacer que sea mucho más fácil enfocar sus esfuerzos y tener el mayor impacto donde más se necesita. De lo que se trata es de comunicar los mensajes correctos, a las personas correctas, en el lugar correcto. La Universidad San Pedro en su Filial Lima, institución educativa superior nueva como sede que inicia con los programas de complementación educativa, luego con programas de segunda especialidad y posteriormente maestrías y doctorados, en el año 2016 con algunas carreras de pre grado, de manera que como institución educativa superior, está creciendo en el desarrollo educativo como en personal docente, administrativo y de servicio; a nivel organizacional, la institución en estudio, cuenta con una Dirección General que es la encargada de dar las directrices a seguir al personal administrativo, académico y de servicio, éstos a su vez deben velar, porque estas directrices, enmarcadas en la normativa general de la organización, sean cumplidas a fin de lograr el objeto de su misión. Por ello, es pertinente determinar las fortalezas y debilidades del tipo de comunicación interna que se desarrolla, evaluar cómo se está desarrollando dicho proceso, a fin de comparar las políticas y lineamientos de la organización y si llegan al cumplimiento cabal. De esta manera, se pretende destacar cuáles de los aspectos, deben ser considerados en cuenta por la institución, para lograr así, desarrollar de forma eficiente y efectiva.

1.3 Problema

Las circunstancias actuales obligan a las organizaciones a ser cada vez más competitivo por lo tanto no es suficiente realizar un buen trabajo o crear un buen producto. En este sentido, es de vital importancia que el desarrollo de estas organizaciones se realice en concordancia a los lineamientos trazados por la Superintendencia nacional de educación que, unidos a los objetivos organizacionales de cada una de las organizaciones en particular, se transmitan de forma impecable a sus usuarios internos. La comunicación interna es una función vital que de no llevarse de forma uniforme y coherente puede generar, gestos externos fragmentados, e incluso, contradictorias de la empresa. La filial Lima de la Universidad San Pedro, cuya sede principal se encuentra ubicada en la

Ciudad de Chimbote, Ancash es una organización integrada por 13 empleados administrativos, 40 docentes contratados y alrededor de 600 alumnos regulares, y al realizar la investigación, el investigador observó, entre otras cosas: falta de claridad al transmitir los objetivos organizacionales por parte de la directiva al personal, el incumplimiento en las tareas asignadas en las reuniones de directiva, la demora por parte de la directiva en toma de decisiones, percibiéndose demasiada informalidad e improvisación, y esto en apariencia, repercute en la planificación de actividades de los empleados; y por ende los alumnos perciben desorganización a nivel administrativo y académico, al no obtener respuestas inmediatas a sus solicitudes, falta de notificación de los cambios de normativa y estrategias, poca información sobre la normativa, beneficios y convenios que tiene la organización. Es por ello que surge la necesidad de desarrollar una investigación de carácter evaluativo, de la comunicación interna dentro de la Filial Lima.

1.3.1 Formulación del Problema:

¿Cuál es la relación de comunicación interna e implicancias del proceso de gestión educacional de la Universidad San Pedro Filial Lima 2017?

1.4 Conceptuación y operacionalización de variables

1.4.1 Conceptuación de las variables

Berlo (2000), hace referencia sobre Aristóteles, señalando que este definió el estudio de la comunicación retórica como la: Búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance. (p.6). Por su parte, Serna (2000), agrega una significación diferente, al compartir que la comunicación es el proceso por el cual un agente emisor transfiere una información a un receptor, pero para que se cumpla el proceso, éste (el receptor) debe entender cabalmente el mensaje recibido. En este orden de ideas, García (2000), sintetiza la comunicación como la emisión de mensajes de un emisor a otra, (receptor), en base a un objetivo premeditado, a través de un medio fijado, simplificando el proceso a un emisor mensaje, objetivo, medio, y receptor. Garrido (2001), por su parte

es más radical al afirmar que resulta imposible concebir la existencia y permanencia de un sistema social sin la presencia de la comunicación, haciéndose evidente que la comunicación es una forma implícita en cualquier ente social. Asimismo, Fernández (1990), establece que comunicación: Desarrolla una cultura cohesiva y permite a los empleados tomar las decisiones correctas de acuerdo con los objetivos de la organización. (p.14) Considera a los acontecimientos como dinámicos y en continuidad, como un estado de fuerzas que interactúan en un estado de cambio constante. Las fuerzas no son estáticas y no se les puede entender convenientemente como elementos inmutables o fijos en el tiempo y el espacio. (p.15) Considerando a la comunicación como algo cambiante dependiendo de los elementos que la acompañen. En este sentido, se tiene que la comunicación es un fenómeno transaccional, de persuasión, con un objetivo, implícita en cualquier organización social, y Paoli (1987), citado por su vigencia, afirma: Entiendo la comunicación como el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado, (p.11) señalando que el entendimiento compartido del mensaje es parte esencial del proceso comunicacional. Otro punto de interés al abordar el tema de la comunicación, son los elementos que la integran, García (2000) enfatiza que los elementos de la comunicación son un emisor, el objetivo del mensaje, el mensaje mismo, un medio o canal, el receptor, la interpretación, un efecto, y la realimentación. Para Niño (2002), la comunicación es considerada un proceso bidireccional, en la medida en que se transmite el mensaje de un sujeto a otro, con el fin de involucrarlo y que pase de desinformado ha informado, exigiéndose un doble proceso de información de un sujeto a otro. Así la gente se notifica a partir de procesos comunicativos que pueden ser a través de un texto escrito, o un diálogo. Por lo cual, define a la comunicación humana como el proceso mediante el cual dos personas - como mínimo- comparten una misma información o misma experiencia sobre el mundo, transmitida y recibida a través de un medio. (p.42). De allí que, la comunicación exige abrir las ventanas de la conciencia y de la personalidad para determinar los medios que mejor permitan llevar el mensaje.

Dimensiones:

Medios de comunicación, se refiere a los medios para entregar y recibir datos o información. En telecomunicaciones, estos medios son herramientas de transmisión y almacenamiento o canales para almacenamiento y transmisión de datos.

Motivación, proceso de gestión planificado, que estimula a las personas a trabajar lo mejor que pueden, proporcionándoles motivos, que se basan en sus necesidades no satisfechas.

Comunicación, transmisión de mensajes verbales y no verbales. Consta de un emisor, un receptor y un canal de comunicación. En el proceso de transmisión de mensajes, la claridad del mensaje puede verse interferida o distorsionada por lo que a menudo se denomina barreras

1.4.2 Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	ÍTEMS
Comunicación Interna	Medios de comunicación	Relación de medios de comunicación	1,6
	Motivación	Aceptación del tipo de comunicación interna	4,5,7,9,10
	Comunicación	Conocimiento de la importancia de la comunicación interna	2,3,8
Implicancias de la comunicación interna	Medios de comunicación	Cumplimiento con el desarrollo de los medios de comunicación	11,16,18
	Motivación	Participación activa en los procesos de comunicación	12,13,14,19
	Comunicación	Conocimiento de los medios de comunicación y documentos de gestión	15,17,20

1.5. Hipótesis. –

La comunicación interna y las implicancias en el desarrollo de gestión educacional de la Universidad San Pedro Filial Lima, 2017 están significativamente relacionadas entre sí.

1.6. Objetivos.

1.6.1 Objetivo General

Determinar Relación de Comunicación Interna e implicancias del proceso de gestión educacional de la Universidad.

1.6.2 Objetivos específicos:

Identificar las fortalezas en la comunicación interna habidas en la Universidad San Pedro, Filial Lima.

Identificar las debilidades de la comunicación interna habidas en la Universidad San Pedro, Filial Lima

II. METODOLOGIA

2.1. Tipo y diseño de investigación

Según su finalidad la presente investigación fue aplicada, la cual tiene fines prácticos y no se esfuerza por el desarrollo de conocimientos teóricos de valor universal (Villegas, 2005, p. 67). descriptivo, transversal, correlacional, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Hernández, Fernández y Baptista, 2010), en este caso caracterizar el conocimiento de la comunicación interna de los colaboradores de la Filial Lima 2017.

Esquema que corresponde al tipo de diseño:

$M \text{ ----- } O_x$

Donde:

M = muestra de la investigación

O_x = observación de X: Comunicación Interna y sus implicancias en gestión administrativa

2.2 Población y muestra

2.2.1 Población.

La población de estudio está constituida por veintidós (22) personas, entre personal de la alta dirección, docentes, auxiliares, personal administrativo y de servicio interno; que conforman el total de los trabajadores de la institución educativa.

2.2.2 Muestra. -

Todo el personal administrativo y docente contratado con labores permanente en la filial, una muestra representativa de alumnos de posgrado y pregrado.

2.3 Técnicas e instrumentos de investigación

La encuesta. Se utilizó para recoger opiniones de los actores educativos, sobre la calidad de la comunicación organizacional interna en la Institución Educativa y determinar las fortalezas y debilidades. La observación. Esta técnica se utilizó para recopilar datos de la gestión comunicativa interna, en la institución educativa.

2.3.1 Técnica:

La observación. Esta técnica se utilizó para recoger información de la gestión de la comunicación interna, en la institución educativa.

La encuesta, se utilizó para recoger opiniones de los actores educativos, sobre la calidad de la comunicación organizacional interna en la Institución Educativa y determinar las fortalezas y debilidades.

2.3.2 Instrumento:

El Cuestionario se elaboró con 20 preguntas para contestar con la valoración tipo escala Likert de manera cualitativa.

2.3.3 Validez de los instrumentos:

Instrumento para la comunicación interna (10 Ítems de la pregunta 1 a la pregunta 10)

Resumen de procesamiento de todos los casos

	N	%
Válido	10	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	10	100,0

a. La eliminación de la lista está basada en las variables del procedimiento.

Estadísticas de la fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,848	10

Instrumento para implicancias en la gestión administrativa (10 Ítems de la pregunta 11 a la pregunta 20)

Estadísticas de la fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,784	10

2.3.4 Procesamiento

Para el procesamiento de los datos obtenidos se procedió su codificación, con la finalidad de transformar los datos obtenidos en códigos numéricos de acuerdo a las respuestas. Luego se hizo el vaciamiento de los datos en el programa Excel para Windows en la matriz de datos. se utilizó SPSS Versión 23, y los resultados obtenidos se presentaron en tablas de frecuencia, de contingencia y figuras para su mejor interpretación. Se utilizó la Estadística descriptiva según los objetivos del estudio.

III. RESULTADOS

3.1 Análisis inferencial

3.1.1 Prueba de Hipótesis General

La comunicación interna y las implicancias del proceso de gestión educacional de la Universidad San Pedro, Filial Lima, 2017, están significativamente relacionadas entre sí.

Diseñamos las Hipótesis estadísticas, para las Hipótesis generales:

H₀: La comunicación interna y las implicancias en el desarrollo de la gestión educativa de la Universidad San Pedro Filial Lima, 2017 no están significativamente relacionadas entre sí.

H₁: Comunicación interna y las implicancias del proceso de gestión educativa Universidad San Pedro Filial Lima, 2017 están significativamente relacionadas entre sí.

Tabla 1.
Resumen de procesamiento de variables

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
IMPLICANCIAS DE LA COMUNICACION INTERNA	22	100,0%	0	0,0%	22	100,0%

Fuente: Base de datos de la Tesis Comunicación interna e implicancias de la gestión educativa Universidad Sa Pedro, Filial Lima 2017.

Interpretación: En la tabla 1, se observa el total de datos válidos que fueron procesados para la presente investigación, notándose que no hubo ningún dato perdido.

Tabla 2*Tabla cruzada Implicancias de la Comunicación Interna - Comunicación Interna*

		COMUNICACION INTERNA			Total
		BAJA	MEDIA	ALTA	
IMPLICANCIAS DE LA COMUNICACION INTERNA	BAJA	4	0	0	4
	MEDIA	0	13	2	15
	ALTA	0	0	3	3
Total		4	13	5	22

Fuente: Base de datos de la Tesis Comunicación interna e implicancias de la gestión educativa Universidad Sa Pedro, Filial Lima 2017

Interpretación: En la tabla 2 se observa el nivel de implicancia de la comunicación interna, siendo predominantemente nivel medio.

Tabla 3.*Medidas simétricas de variables generales*

		Valor	Error	T aproximada ^b	Significación aproximada
			estandarizado asintótico ^a		
Ordinal x ordinal	Tau b de Kendall	,877	,079	4,563	,000
N de casos válidos		22			

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Interpretación: De los parámetros analizados, es decir las variables: La comunicación interna y las implicancias del proceso de gestión educacional, se aprecia una significación aproximada de 0,000, siendo menor al nivel de confianza 0,05 rechazando la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, luego se concluye, a un nivel de significancia de 0,05 existe relación altamente significativa en la comunicación interna y las implicancias del proceso de gestión educacional.

Asimismo, apreciamos el valor calculado Tau b de Kendall en 0.877 y de acuerdo a la tabla de valores estadísticos representa que las variables analizadas, **tienen muy buena correlación**.

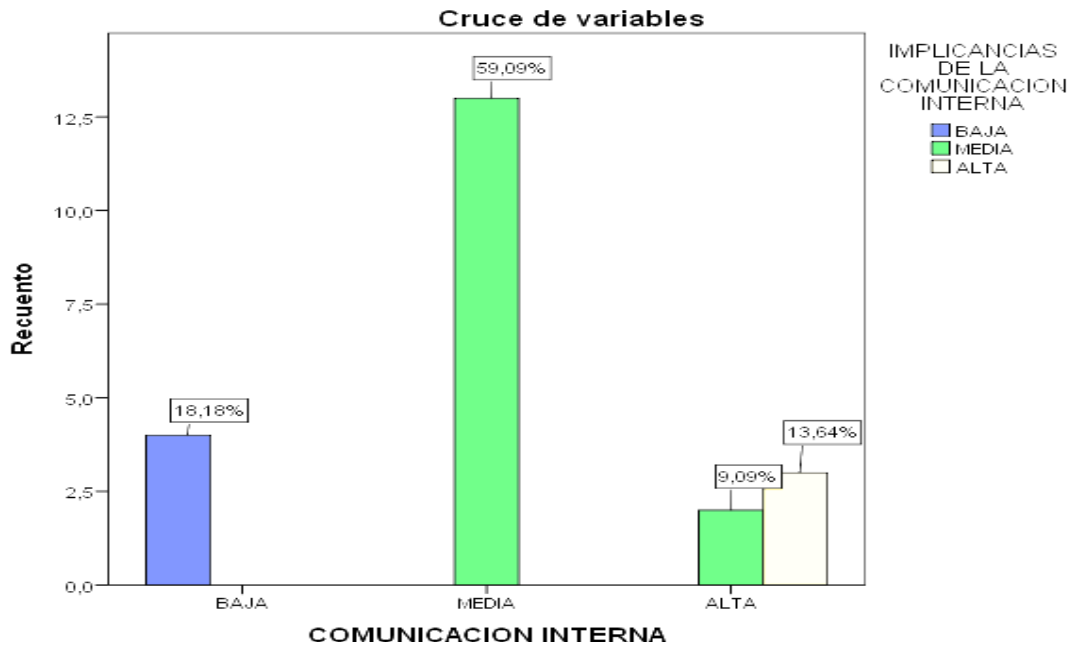


Figura 1. Cruce de variables Generales, comunicación interna e implicancias en la gestión educativa

Interpretación: La Comunicación interna está implicada en un 18.18% y en un 59.09% en el nivel medio, cuando el nivel medio pasa al alto disminuye a 9,09%, y el nivel alto de implicancia es de 13.64%.

3.1.2 Prueba de hipótesis específicas según pregunta formulada:

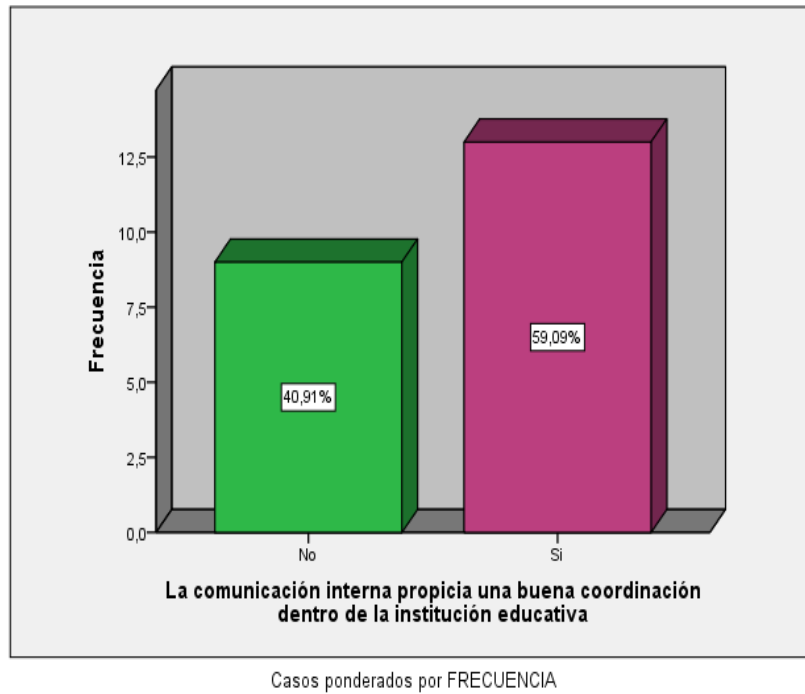
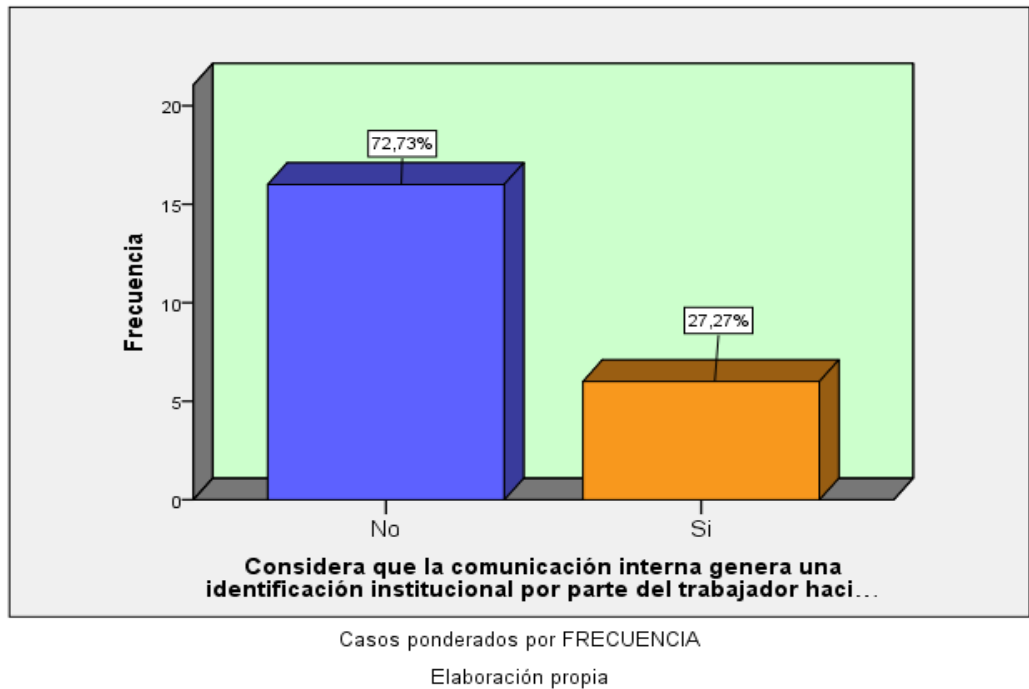


Figura 2. Casos ponderados por frecuencia

Interpretación: El 40.91% de los usuarios internos de la Filial Lima, Universidad San Pedro, cree que la comunicación interna no propicia una buena coordinación, mientras que la mayoría, es decir, el 59.09% si cree.



I **Figura 3.** Casos ponderados por frecuencia

Interpretación: El 72.27% de los usuarios internos de la Filial Lima, Universidad San Pedro, no considera que la comunicación interna genera identificación institucional, mientras que el 27.27% si lo considera pertinente.

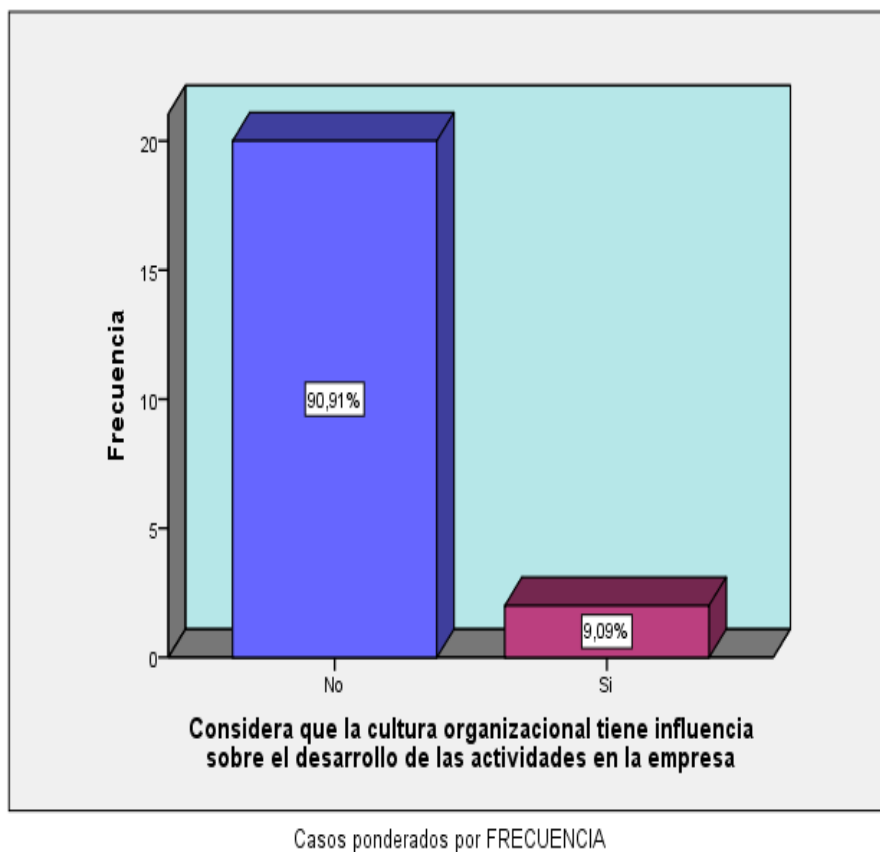


Figura 4 Cruce de variables Generales, comunicación interna e implicancias en la gestión educativa

Interpretación: El 90.91% de los usuarios internos de la Filial Lima, Universidad San Pedro, no considera que la comunicación interna tenga influencia sobre el desarrollo de las actividades de la Filial, en tanto el 9.09% si lo cree así.

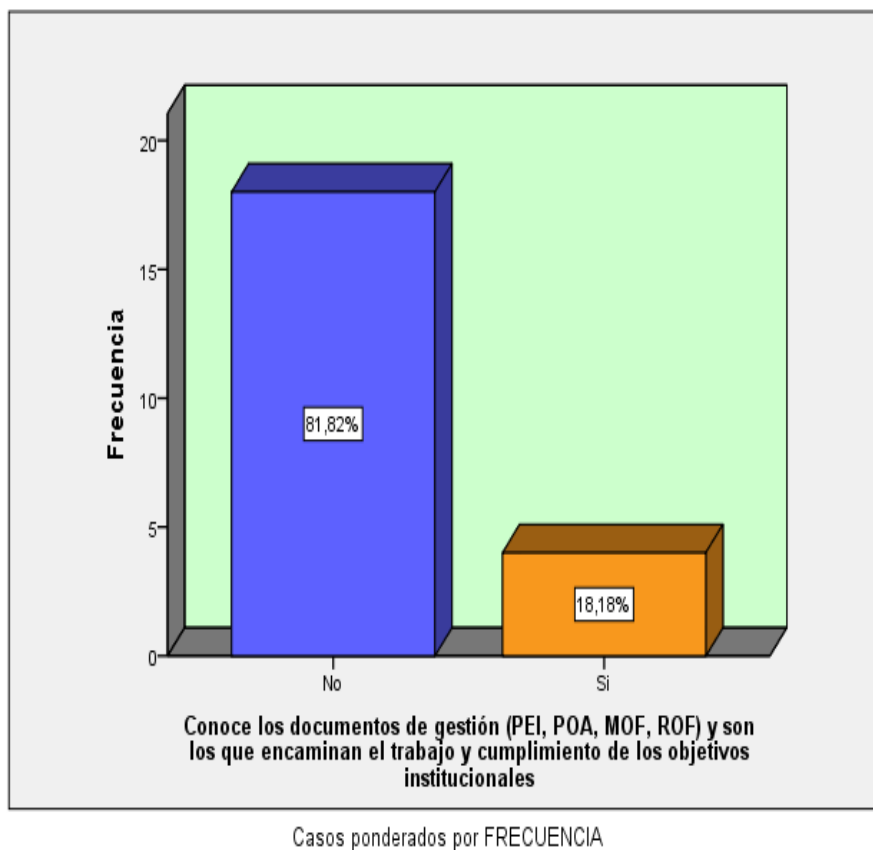
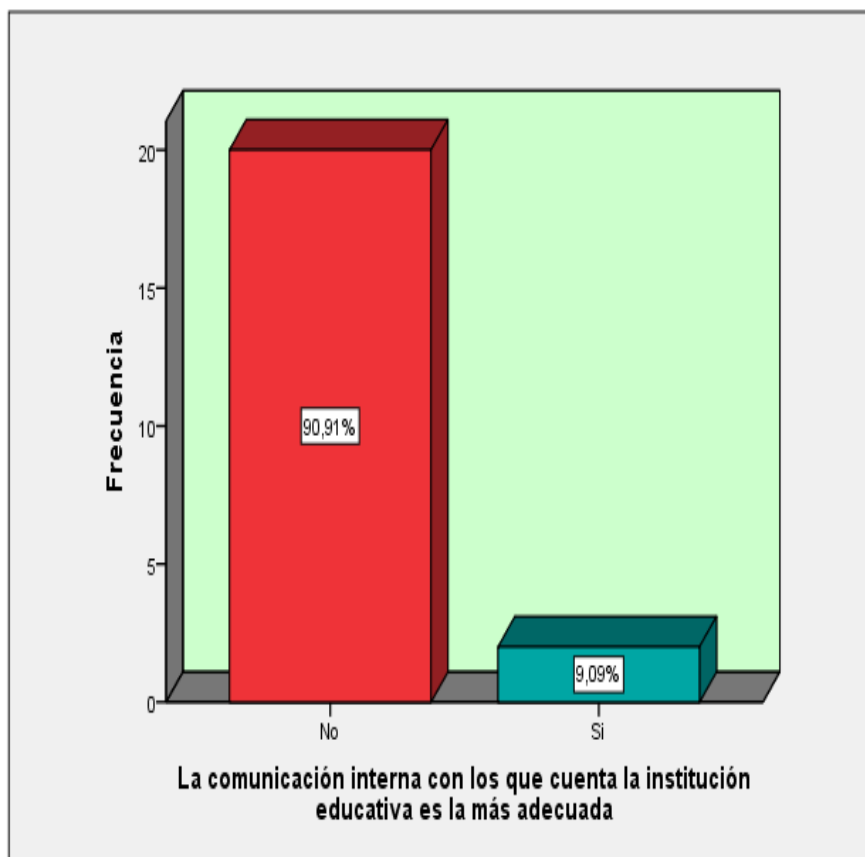


Figura 5. Casos ponderados por frecuencia documentos de gestión

Interpretación: El 81.82% de los usuarios internos de la Filial Lima, Universidad San Pedro, no conoce los documentos de gestión que son los que encaminan el trabajo y cumplimiento de los objetivos institucionales, en tanto el 18.18% si conoce los documentos de gestión.



Casos ponderados por FRECUENCIA

Figura 6. Casos ponderados por frecuencia percepción de la comunicación interna en la Institución.

Interpretación: El 90.91% de los usuarios internos de la Filial Lima, Universidad San Pedro, considera a la comunicación interna de la institución como inadecuada, mientras sólo el 9.09 si considera que son las más adecuadas.

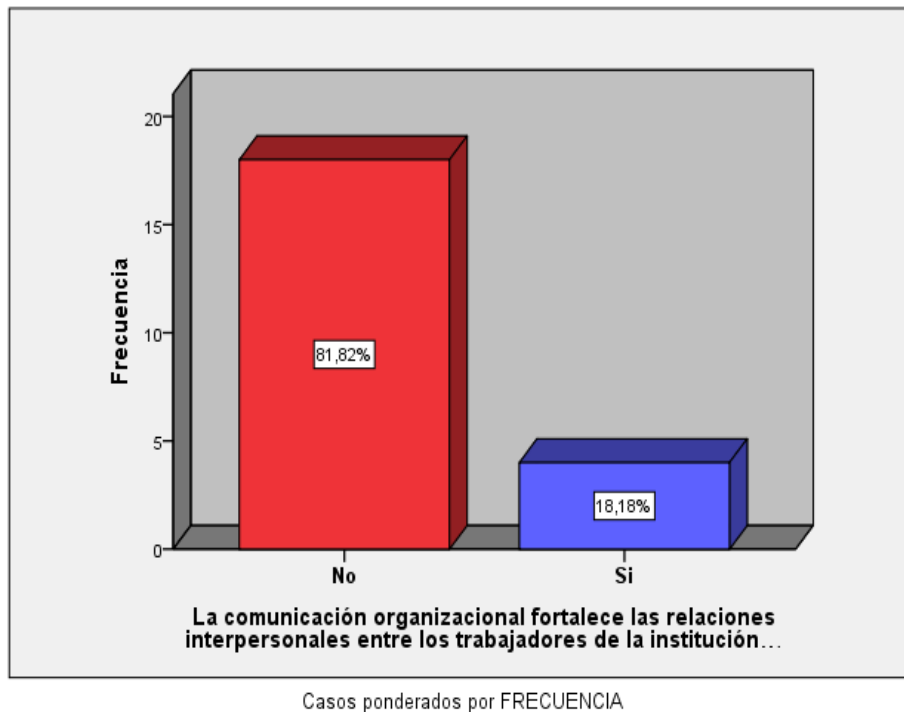


Figura 7. Casos ponderados por frecuencia percepción de la fortaleza de la comunicación Interna.

Interpretación: El 81.82% de los usuarios internos de la Filial Lima, Universidad San Pedro, refiere la comunicación organizativa no son buenas las relaciones interpersonales ente los empleados de la institución.

IV. ANALISIS Y DISCUSIÓN

Siendo la comunicación interna una herramienta fundamental para el buen desempeño de las organizaciones, y en este caso la Filial Lima de la Universidad San Pedro año 2017, no puede dejar pasar desapercibido, por ello se realizó la presente investigación encontrándose lo siguiente, en la mayoría de los usuarios internos, desconoce las herramientas de gestión de la institución básicamente los instrumento de comunicación interna, no se sigue los procedimientos administrativos por la baja o nula comunicación interna entre los colaboradores, asimismo se ha determinado que hay relación directamente proporcional y significativamente en la comunicación interna y las implicancias en el proceso de gestión administrativa de la filial, es decir a mayor desconocimiento de la comunicación interna, mayor es la implicancia negativa para los proceso de gestión, asimismo estadísticamente se ha determinado que hay relación altamente significativa en la comunicación interna y las implicancias del proceso de gestión educativa de la Universidad San Pedro Filial Lima, 2017. Con un p valor de 0,000 y el valor calculado Tau b de Kendall en 0.877 y de acuerdo a la tabla de valores estadísticos representa que las variables analizadas, tienen muy buena correlación.

DISCUSIÓN

El resultado final, las variables estudiadas representa una correlación significativa, resultado que concuerda con lo encontrado por Yauri (2018). En su estudio *Comunicación interna con la satisfacción del cliente interno*. El objetivo identificar relación en la comunicación interna y satisfacción del empleado. Resultados hicieron concluir que hay una relación moderadamente significativa ($r = 0,812$; p valor $<0,05$) en la comunicación interna con la satisfacción del trabajador. Esto significa que cuando haya una buena comunicación interna mayor será la satisfacción del usuario interno de la empresa.

Por su parte, Ibarra (2018). En el trabajo de investigación *Comunicación interna en la calidad de la gestión administrativa en las II.EE.* encontró relación significativa y directa, aplicó el estadístico de prueba R del chi cuadrado el resultando Correlación con un índice de, 0.953, o 95.3%, con un índice de libertad de 0,047 o 4.7%, lo que validó la hipótesis alterna, coincidiendo con el resultado de la presente investigación.

Quillatupa (2017). Comunicación interna en el desarrollo organizativo en la Gerencia de Reclamaciones, SUNAT, encuentra una correlación positiva y moderada con Rho de Sperman = 0.470 es decir cuanto mejor sea la comunicación interna, mejor será el clima organizacional y por tanto mejor el desarrollo organizacional, lo que coincide con lo encontrado en el presente estudio, por su parte Yáñez (2017). Encontró la comunicación interna de la Municipalidad de Surco se relaciona significativamente en el liderazgo organizacional, con un promedio porcentual del 79.61%; que significa que el nivel de relación es alto entre las variables respectivas, concuerda en la relación muy significativa en la comunicación interna y el clima organizativo.

Salinas (2017). Comunicación interna y la gestión organizacional en la Municipalidad de Miraflores, 2016, y Charry (2017). Gestión de comunicación interna y relación con clima organizativo, autores cuyo trabajo tiene relación en la comunicación interna, pero en entidades no educativas, también concuerdan todos con el resultado que hay relación significativa en la comunicación interna y el desarrollo de la gestión administrativa, es decir a mayor conocimiento de la comunicación interna, mejor será la gestión administrativa de la institución.

Yáñez (2017) *La comunicación interna de la Municipalidad de Surco en el liderazgo organizacional.* El resultado de la investigación encontró que la comunicación interna de la Municipalidad de Surco se relaciona significativamente en el liderazgo organizacional, con un promedio porcentual del 79. 61 %; que

significa que el nivel de relación es alto entre las variables respectivas. Estos resultados nos permitieron determinar el proceso de contratación de la hipótesis general postulada donde se evidencia que la comunicación interna de la Municipalidad de Surco se relaciona significativamente en el liderazgo organizacional con un aumento porcentual del $X= 0.84$, podemos concluir que también concuerda con la investigación realizada.

Porrás (2018)) *Comunicación y Fortalecimiento Organizacional*, Objetivo, Determinar relación de la variable supervisión con asociación y sus dimensiones. Metodología, descriptivo, cuantitativo, correlacional y transversal con una muestra de 50. Resultados: El 36 % de los encuestados responden que a veces hay una adecuada comunicación, asimismo el 46 por ciento afirman que la comunicación interna está muy fortalecida. Conclusión Los valores inferenciales arrojaron que la correlación es muy buena, rechazando la hipótesis nula y acepta la alternativa Es una investigación con variables parecidas, pero ambas tratan de la comunicación interna, en ambos estudios relacionan las variables de estudio concordando también en los resultados.

Balarezo (2014) *La comunicación organizativa interna y la incidencia en el desarrollo organizativo*. La comunicación organizativa influye directamente proporcional en la baja productividad y el desarrollo organizativo de la empresa, así como también en las actitudes de los trabajadores, significando que hay implicancias en el resultado de la gestión en base a la buena o mala comunicación interna, lo que concuerda también con el presente trabajo de investigación.

Viera (2016) *Estrategias de comunicación interna del GADM-C Guano y su incidencia en el desarrollo institucional*, concluye generalidades sobre el uso de estrategias de comunicación interna. Lo que no podemos encontrar una concordancia con el presente trabajo de investigación puesto que se ha empleado el análisis inferencial, con resultados estadísticos.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones:

Se ha determinado que hay relación altamente significativa en la comunicación interna y las implicancias del proceso de gestión educativa en la Universidad San Pedro Filial Lima, 2017. Asimismo, el valor calculado Tau b de Kendall es 0.877 y de acuerdo a la tabla de valores estadísticos representa las variables analizadas, tienen **muy buena correlación**.

La Universidad San Pedro, Filial Lima, 2017, tienen una gran fortaleza en los usuarios internos en la dimensión de apertura y en la capacidad de escuchar y está abierto a recibir comentarios, ideas, críticas y sugerencias de otros interlocutores, y de los Directivos de la institución.

Se ha determinado que la mayoría de los usuarios internos de la Filial Lima, de la Universidad San Pedro, desconoce categóricamente los documentos básicos de gestión y las herramientas o medios de comunicación interna, tornándose, así como una gran debilidad institucional.

5.2 Recomendaciones:

Como existe una correlación en la comunicación interna y las implicancias del proceso de gestión educativa, además se ha determinado que es directamente proporcional, es decir, si la comunicación interna es inadecuada entonces la gestión de los procesos educativos también es inadecuada, por tanto se recomienda, realizar sensibilización en el conocimiento de los documentos de gestión institucional encaminados a la buena comunicación interna a fin de evitar el desconcierto y desinformación entre los usuarios internos de la organización. Para revertir este indicador es necesario la urgente atención al problema detectado, y efectivizar los planes de contingencia o planes estratégicos y sensibilizar en todos los colaboradores y los mismos directivos de la organización y así mejorar el clima

organizativo y evitar el desconcierto de los colaboradores que repercute negativamente en los usuarios externos de la institución.

En base a las fortalezas identificadas, diseñar planes estratégicos para mejorar la comunicación interna, enfocadas a la misión y visión institucional para el mejoramiento de la comunicación organizacional interna con el objetivo de que esta pueda cumplir sus principales funciones.

Corregir las debilidades identificadas en la organización respecto a la comunicación organizacional interna con la finalidad de mejorar la coordinación de las diferentes actividades que se desarrollan dentro de la filial.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arteaga, M. (1998). Análisis de la comunicación gerencial a nivel interpersonal e institucional del personal docente de la escuela básica Henry Pittier Municipio Escolar No.5 Girardot del Edo. Tecnire. Trabajo de Maestría. Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Maracay.
- Balarezo (2014), *Comunicación organizativa interna y la incidencia en el desarrollo organizativo de la empresa SAN MIGUEL DRIVE, Ecuador* Balarezo
- Balestrini, M. (1999). Cómo se elabora el proyecto de investigación: para los estudios formativos o exploratorios, descriptivos, diagnósticos evaluativos, formulación de hipótesis causales, experimentales y los proyectos factibles
- Barinas: Ediciones de la Universidad Ezequiel Zamora colección docencia universitaria.
- Barranco, F. (2000). Marketing interno en la gestión de RR.HH. España: Ediciones Pirámide.
- Bastardo, S. (1999). Temas de Comunicación, Número 9. Caracas: Publicaciones UCAB. fa práctica. {2a. ed.}. Argentina: Editorial Ateneo.
- Berlo, D. (2000). El proceso de la comunicación, introducción a la teoría y a la práctica. (2a. ed). Argentina: Editorial Ateneo.
- Black, S. (1999}. ABC de las relaciones públicas. (3a. ed.). España: Ediciones Gestión 2000.
- Cantoni, F. (2002). El factor Humano en la organización. Colombia: Intermedio Editores.
- Carretón, M.C., (2007). Las relaciones públicas en la comunicación interna de la banca española. La Coruña: Netbiblo, S.L.
- Catalá, M. {1999}. Comunicación interna: atención del mensaje y participación en la empresa. Universidad de Zaragoza.
- Charry, H. (2017). *Gestión en comunicación interna y la relación con el clima organizativo.*

- Dante, W. (1995). Como planear las relaciones públicas. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
- David, F. (1992). La gerencia estratégica. Colombia: Legis Editores, S.A.
- Ellas, J. y Mascaray, J. (2003). Más allá de la comunicación interna. La intrecomunlcecion. Barcelona: Gestión 2000.
- Fernández, C. (1998). La comunicación en las organizaciones. México: Editorial Trillas.
- Fernández, J. (1990). La comunicación en las relaciones humanas. México: Editorial Trillas.
- Garrido, F. (2001). La comunicación estratégica. Las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI. Barcelona: Gestión 2000
- Gibson, J. Ivancevich, J. y Donnelly, J. (1998). Las organizaciones.
- Hurtado, I., Toro, J. (2001). Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio. (4ª ed.). Caracas: Episteme Consultores Asociados.
- Ibarra Alva, A. (2018). *Comunicación interna de la calidad de gestión administrativa en las II.EE. del nivel secundario de la RED 09 de Puente Piedra-Lima-2014.*
- Lassaba!let, B. (1997). El proceso de comunicación y su influencia en el clima organizacional de las escuelas básicas estado/es del Distrito Escolar No.2, Parroquia Joaquín Crespo, Maracay Edo. Aragua. Trabajo de Maestría. Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Maracay.
- Ley nacional de universidades y reglamento parcial. (1970). Gaceta Oficial de la República de Venezuela, 1.429. (1970, septiembre 8.)
- Llovera, R. (2000). Manual de la comunicación organizativa. Normas para los procesos comunicativos en las empresas. Caracas: ¡Trabajo Especia! de Ascenso. Universidad Católica Andrés Seno.
- Lucas Marín (1997) *La comunicación en la empresa y en las organizaciones Barcelona, Bosch, 1997 ISBN: 84-7676-382-4*
- Marcano, A. (1999). El organigrama y la organización. (3a ed.). Venezuela: Fondo.

- Márquez, O. (2000). El proceso de la investigación en las ciencias sociales.
- Martínez, M. (1998). La investigación cualitativa etnográfica en educación.
- Méndez, C. (2001). Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. (3ª ed.) Colombia: McGraw-Hill Interamericana. México: Editorial Trillas.
- Niño, R., V. (2002). Semiótica y lingüística aplicadas al español .. (4ª ed.) Colombia: Ecoc Ediciones.
- Nolla, N. (2004). Etnografía: una alternativa más en la investigación pedagógica. En la metodología cualitativa en la Educación. Parte 11. Cuadernos Monográficos Candidus, 163-167 Panapo.
- Paoli, A. (1987}. Comunicación e información, perspectivas teóricas. (3a. ed}.
- Peñalver, R. (2004}. Diseño de un plan de estrategias comunicacionales dirigido a fortalecer la identidad institucional de la Universidad de Oriente. Trabajo de Maestría Universidad Católica Andrés Bello. Caracas.
- Pérez, G. (1998). Investigación cualitativa. Retos e interrogantes. (2ª ed.) Madrid: Editorial La Muralla. Pirámide.
- Porras (2018), *Comunicación y el Fortalecimiento Organizativo De La Universidad Nacional Autónoma De Huanta, Ayacucho, 2018.*
- Quillatupa (2017). *Comunicación interna en el desarrollo organizativo en la Gerencia de Reclamaciones de la Intendencia Lima, SUNAT. 2017.*
- Rabassa, B. (1985). Diccionario de marketing. (3a. ed). Madrid: Ediciones
- Ramírez Dextre, K. M., & Simón Ríos, M. Á. (2019). *Comunicación interna y su relación en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Lucki Motors del Perú S.R.L. De la ciudad de Tarapoto, Año 2016.*
- Recursos Humanos, prioridad del nuevo milenio, Número 12. (2001).
- Rees, F. (1998). Equipos de trabajo. México: Prentice
- Ríos, J. (2000). Relaciones públicas, su administración en las organizaciones. (3a. ed). México: Editorial Trillas.

- Rodríguez, I. (1998). *El marketing y el éxito en la empresa*, España: Ediciones Pirámide.
- Salinas (2017). *Comunicación interna y la gestión institucional en la Municipalidad de Miraflores, 2016*.
- Serna, H. (2000). *Mercadeo interno, estrategia para gerenciar la cultura empresarial*. Colombia: 3R Editores.
- Somoza, F. (1996). *La comunicación interna, instrumento de motivación en la empresa*. Barcelona: Alta Dirección.
- Universidad Pedagógica Experimental libertador, Vicerrectorado de Investigación y Postgrado. (2003). *Manual de trabajos de grado de especialización y maestría y tesis doctorales*. Caracas: Autor.
- Urrutia, A. (2000) *Comunicación en la empresa: La importancia de la información interna en fa empresa*. En *Revista Latina de Comunicación Social*, número 27. Tenerife.
- Van Riel, C. (1998). *Comunicación corporativa*. Madrid: Prentice Hall.
- Vargas, F. (2002). *Propuesta de estrategias en la optimización comunicacional comunicación en /os diferentes niveles organizativos de la E.B.N Juan Vicente Bolívar y Ponte Municipio Escolar Girardot del Edo. Aragua*.
- Viera (2016), *Estrategia de la comunicación interna del GADM-C Guano y su incidencia del desarrollo institucional, período julio a diciembre de 2013*.
- Villegas, V. (2005) *Metodología de la investigación pedagógica San Marcos, 2005*
- Yáñez Román, A. A. (2017). *La comunicación interna de la Municipalidad de Surco en el liderazgo organizacional*.
- Yauri Soriano, O. M. (2018). *La Comunicación interna y la satisfacción del cliente interno en una universidad de Lima*.

VII. ANEXOS Y APENDICES

Anexo 01: Matriz de consistencia lógica.

TITULO
COMUNICACIÓN INTERNA E IMPLICANCIAS DEL PROCESO DE GESTION EDUCATIVA DE LA
UNIVERSIDAD SAN PEDRO, FILIAL LIMA - 2017

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES/INDICADORES
<p>¿Cuál es relación de la comunicación interna e implicancias del proceso de gestión educacional?</p> <p>PROBLEMAS</p> <p>ESPECIFICOS</p> <p>1. ¿Qué fortalezas presenta la comunicación interna de esta organización?</p> <p>2. ¿Qué debilidades presenta la comunicación interna de esta organización?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar la Relación de la Comunicación Interna y las implicancias en el proceso de gestión educativa de la Universidad San Pedro, Filial Lima 2017.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</p> <p>1. Identificar las fortalezas en la comunicación interna habidas en la Universidad.</p> <p>2. Identificar las debilidades en la comunicación interna habidas en la Universidad.</p>	<p>La comunicación interna y las implicancias en el proceso de gestión educativa de la Universidad San Pedro Filial Lima, 2017 están significativamente relacionadas entre sí.</p>	<p>VARIABLES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Comunicación interna • Implicancias en el Proceso de Gestión Educativa

Anexo 02: Matriz de consistencia metodológica

TITULO

COMUNICACIÓN INTERNA E IMPLICANCIAS EN EL PROCESO DE GESTION EDUCATIVA DE LA UNIVERSIDAD SAN PEDRO, FILIAL

LIMA - 2017

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN	CRITERIOS DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD
<p>Es de enfoque cuantitativo porque utilizaremos el método deductivo, secuencial y probatorio a través de la prueba de hipótesis (chi cuadrado), descriptiva y relacional</p> <p>Tipo</p> <p>Según orientación: Aplicada</p> <p>Según técnica de contrastación: Descriptiva</p>	<p>Para la presente investigación se consideró una población de 22 personas, entre personal directivo, docente, auxiliares, personal administrativo y de servicio; que constituyen el total de los trabajadores de la institución educativa.</p>	<p>TÉCNICA</p> <p>LA OBSERVACIÓN esta técnica se utilizará para recoger información de la gestión de la comunicación interna, en la institución educativa.</p> <p>LA ENCUESTA se utilizará para recoger opiniones de los actores educativos, sobre la calidad de la comunicación organizacional interna</p>	<p>Para el procesamiento de los datos obtenidos se procederá su codificación, con la finalidad de transformar los datos obtenidos en códigos numéricos de acuerdo a las respuestas.</p> <p>Luego se hará el vaciamiento de los datos en el programa Excel para Windows en la matriz de datos. Para el procesamiento de datos se utilizará el programa de computación SPSS Versión 23, y los resultados obtenidos se presentaron en tablas de</p>	<p>Cuestionario estructurado de elaboración propia validado mediante el alfa de Cronbach y juicio de expertos.</p>

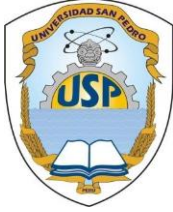
<p>Diseño No experimental (Observacional)</p>		<p>en la Institución Educativa y determinar las fortalezas y debilidades.</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>El Cuestionario se diseñó con 20 preguntas para contestar con la valoración tipo escala Likert de manera cualitativa</p>	<p>frecuencia, de contingencia y figuras para su mejor interpretación. Se utilizará la Estadística descriptiva según los objetivos de investigación.</p>	
--------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Anexo 03 Cuestionario

INSTRUCCIONES: Lea cada ítem para efectos de comprensión y marque con una **X** en la casilla que considere conveniente.

No tengo idea (1) Algo de idea (2) No estoy seguro (3) Generalmente (4) Siempre (5)

ÍTEMS		1	2	3	4	5
COMUNICACIÓN INTERNA						
	Conoce Ud. los medios de comunicación interna de la institución educativa					
2.	La comunicación interna se realiza con frecuencia y formalmente					
3.	Las comunicaciones por parte de la Dirección son procesadas, codificadas y dirigidas al resto del personal en forma oportuna					
4.	Todos los actores educativos deberían participar en la elaboración de los documentos de gestión antes mencionados					
5.	Existen mecanismos efectivos de toma de decisiones, de información y de comunicación, establecidos y practicados por los actores educativos					
6.	Cree Ud. que hay una buena comunicación interna en su centro laboral					
7.	La comunicación interna propicia una buena coordinación dentro de la institución educativa					
8.	Considera que la comunicación interna genera una identificación institucional por parte del trabajador hacia la institución educativa					
9.	Una buena comunicación organizacional permitiría mejorar las actitudes de todos los colaboradores					
10.	Considera que la cultura organizacional tiene influencia sobre el desarrollo de las actividades en la empresa					
IMPLICANCIAS EN EL PROCESO DE GESTION EDUCATIVA		1	2	3	4	5
11.	El personal directivo se comunica en forma permanente y responde a las comunicaciones escritas y/o verbales.					
12.	Como trabajador(a) de una institución educativa, considera que se comunica con los demás interlocutores asertivamente					
13.	Usted es capaz de escuchar y está abierto a recibir comentarios, ideas, críticas y sugerencias de otros interlocutores					
14.	En la institución educativa se mantiene una comunicación efectiva y asertiva con todos los integrantes para que las relaciones interpersonales sean más positivas					
15.	Tienes conocimiento de la misión, visión, metas y objetivos institucionales					
16.	Existen reuniones de trabajo en la Institución Educativa					
17.	Conoce los documentos de gestión (PEI, POA, MOF, ROF) y son los que encaminan el trabajo y cumplimiento de los objetivos institucionales					
18.	La comunicación interna con los que cuenta la institución educativa es la más adecuada					
19.	La comunicación organizacional fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la institución educativa					
20.	Cree que el clima organizacional de la empresa es el más adecuado					



Anexo 04 Validez de instrumento por juicio de expertos.

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES SECCIÓN DE
POSTGRADO

INFORME DE OPINIÓN (JUICIO DE EXPERTO)

I. DATOS GENERALES:

1. TÍTULO DEL PROYECTO: Implicancias de la comunicación interna del proceso de gestión educacional - Universidad San Pedro, Filial Lima 2017

2. INVESTIGADOR: Valentín Leónidas VELASQUEZ SIERRA

3. OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación de la Comunicación Interna y las implicancias en el proceso de Gestión Educativa de la Universidad San Pedro Filial Lima 2017

4. CARÁCTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN: La población de estudio está conformada por personal docente, personal administrativo y estudiantes de pre y posgrado en la cantidad detallada de la siguiente manera:

Personal administrativo diez (10).

Docentes: diez (10)

Alumnos de pregrado y posgrado 20.

Población total de estudio 40 personas

5. TAMAÑO DE LA MUESTRA:

La población total de personas sujetas de estudios entre docentes, estudiantes y personal administrativo que trabajan y estudian en la Filial Lima de la Universidad San Pedro es de 40 personas.

6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

- Cuestionario
- Observación
- Entrevista

II DATOS DEL INFORMANTE (EXPERTO)

1.APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE:

José Manolo Mendoza Estrada

2.PROFESIÓN Y/O GRADO ACADÉMICO:

Docente / Magister

3.INSTITUCIÓN DONDE LABORA:

Universidad San Pedro

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INDICADORES DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES
				Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con la variable		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con los indicadores		
				Sí	No	Sí	No	S	No	Sí	No	
La Comunicación interna	Medios de comunicación	Relación de medios de comunicación	Entrevista personal	X		X		X		X		
			Observación									
	Funcionamiento adecuado de los medios de comunicación		X		X		X		X			
	Motivación	Respuesta oportuna a sus peticiones	Entrevista personal	X		X		X		X		
	Ambiente agradable de trabajo		X		X		X		X			
	Comunicación	Fluidez de las comunicaciones	Entrevista personal	X		X		X		X		

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INDICADORES DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES
				Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con la variable		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con los indicadores		
				Sí	No	Sí	No	S	No	Sí	No	
IMPLICANCIAS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA	Medios de comunicación	Relación de medios de comunicación	Entrevista personal	X		X		X		X		
			Observación	X		X		X		X		
		Funcionamiento adecuado de los medios de comunicación										
	Motivación	Respuesta oportuna a sus peticiones	Entrevista personal	X		X		X		X		
		Ambiente agradable de		X		X		X		X		
	Comunicación	Fluidez de las comunicaciones	Entrevista personal	X		X		X		X		

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

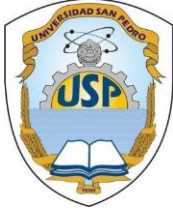
REVISADO EL INSTRUMENTO ANEXO, RECOMIENDO
Y APROBADO PARA SU EJECUCIÓN.

.....
.....

Lugar y fecha:

Chimbote, 21 de octubre de 2017


DNI 32818822



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES SECCIÓN DE
POSTGRADO

INFORME DE OPINIÓN (JUICIO DE EXPERTO)

I. DATOS GENERALES:

1. TÍTULO DEL PROYECTO: Implicancias de la comunicación interna en el proceso de gestión educativa - Universidad San Pedro, Filial Lima 2017

2. INVESTIGADOR: Valentín Leónidas VELASQUEZ SIERRA

3. OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación de la Comunicación Interna y las implicancias en el proceso de Gestión Educativa de la Universidad San Pedro Filial Lima 2017

4. CARÁCTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN: La población de estudio está conformada por personal docente, personal administrativo y estudiantes de pre y posgrado en la cantidad detallada de la siguiente manera:

Personal administrativo diez (10).

Docentes: diez (10)

Alumnos de pregrado y posgrado 20.

Población total de estudio 40 personas

5. TAMAÑO DE LA MUESTRA:

La población total de personas sujetas de estudios entre docentes, estudiantes y personal administrativo que trabajan y estudian en la Filial Lima de la Universidad San Pedro es de 40 personas.

6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

- Cuestionario
- Observación
- Entrevista

II DATOS DEL INFORMANTE (EXPERTO)

1.APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE:

Sindeev Andrey

2.PROFESIÓN Y/O GRADO ACADÉMICO:

Médico Psiquiatra, Magister en Docencia e Investigación Pedagógica

3.INSTITUCIÓN DONDE LABORA:

Universidad San Pedro -Filial Lima

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INDICADORES DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES
				Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con la variable		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con los indicadores		
				Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
La Comunicación interna	Medios de comunicación	Relación de medios de comunicación	Entrevista personal	X		X		X		X		
			Observación									
		Funcionamiento adecuado de los medios de comunicación		X		X		X		X		
	Motivación	Respuesta oportuna a sus peticiones	Entrevista personal	X		X		X		X		
		Ambiente agradable de trabajo		X		X		X		X		
	Comunicación	Fluidez de las comunicaciones	Entrevista personal	X		X		X		X		

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INDICADORES DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES	
				Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con la variable		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con los indicadores			
				Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No		
IMPLICANCIAS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA	Medios de comunicación	Relación de medios de comunicación	Entrevista personal	X		X		X		X			
			Observación	X		X		X		X			
		Funcionamiento adecuado de los medios de comunicación											
	Motivación	Respuesta oportuna a sus peticiones	Entrevista personal	X		X		X		X			
	Comunicación	Ambiente agradable de trabajo		X		X		X		X			
		Fluidez de las comunicaciones	Entrevista personal	X		X		X		X			

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Procede con la aplicación del instrumento,
suscribo la revisión y levantamiento de las
observaciones.

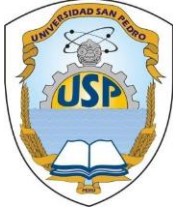
Lugar y fecha:

Chimbote, 14 de octubre de 2017



DNI

CE 000323228



UNIVERSIDAD SAN PEDRO

FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES SECCIÓN DE POSTGRADO

INFORME DE OPINIÓN (JUICIO DE EXPERTO)

I. DATOS GENERALES:

1. TÍTULO DEL PROYECTO: Implicancias de la comunicación interna en el proceso de gestión educativa - Universidad San Pedro, Filial Lima 2017

2. INVESTIGADOR: Valentín Leónidas VELASQUEZ SIERRA

3. OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación de la Comunicación Interna y las implicancias en el proceso de Gestión Educativa de la Universidad San Pedro Filial Lima 2017

4. CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN: La población de estudio está conformada por personal docente, personal administrativo y estudiantes de pre y posgrado en la cantidad detallada de la siguiente manera:

Personal administrativo diez (10).

Docentes: diez (10)

Alumnos de pregrado y posgrado 20.

Población total de estudio 40 personas

5. TAMAÑO DE LA MUESTRA:

La población total de personas sujetas de estudios entre docentes, estudiantes y personal administrativo que trabajan y estudian en la Filial Lima de la Universidad San Pedro es de 40 personas.

6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

- Cuestionario
- Observación
- Entrevista

II DATOS DEL INFORMANTE (EXPERTO)

1.APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE:

María del Rosario Requena García

2.PROFESIÓN Y/O GRADO ACADÉMICO:

Educadora, Maestro en Ciencias de la Gestión Educativa

3.INSTITUCIÓN DONDE LABORA:

Universidad San Pedro -Filial Lima

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INDICADORES DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES
				Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con la variable		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con los indicadores		
				Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
La Comunicación interna	Medios de comunicación	Relación de medios de comunicación	Entrevista personal	X		X		X		X		
			Observación									
		Funcionamiento adecuado de los medios de comunicación		X		X		X		X		
	Motivación	Respuesta oportuna a sus peticiones	Entrevista personal	X		X		X		X		
		Ambiente agradable de trabajo		X		X		X		X		
	Comunicación	Fluidez de las comunicaciones	Entrevista personal	X		X		X		X		

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INDICADORES DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES	
				Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con la variable		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con los indicadores			
				Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No		
IMPLICANCIAS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA	Medios de comunicación	Relación de medios de comunicación	Entrevista personal	X		X		X		X			
			Observación	X		X		X		X			
		Funcionamiento adecuado de los medios de comunicación											
	Motivación	Respuesta oportuna a sus peticiones	Entrevista personal	X		X		X		X			
	Comunicación	Ambiente agradable de trabajo		X		X		X		X			
		Fluidez de las comunicaciones	Entrevista personal	X		X		X		X			

OPINION DE APLICABILIDAD

El instrumento, presentado por el estudiante, reúne las condiciones básicas para su aplicabilidad , suscribo la revisión y levantamiento de las observaciones.

Lugar y fecha

Chimbote, 14 de octubre de 2017



DNI 08684196