



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“La comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa
Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017”**

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

AUTOR:

Pacheco Malaver, Leslie Ivanna

ASESOR:

Dr. Randall Jesús Seminario Unzueta

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

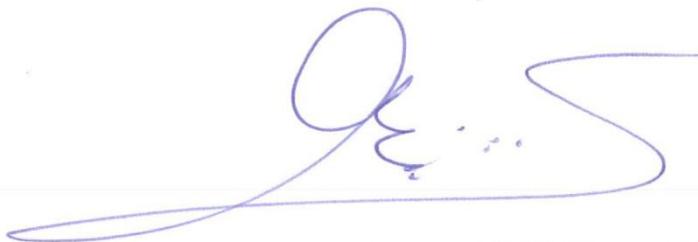
Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea.

LIMA – PERÚ

2017

PÁGINAS PRELIMINARES

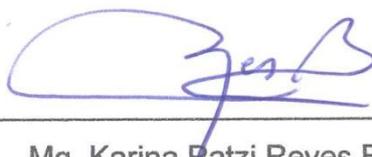
Página del Jurado



Dr. Randall Jesús Seminario Unzueta
Presidente



Mg. Gladys Zoila Ferreyra Ugarte
Secretario



Mg. Karina Patzi Reyes Bernuy
Vocal

Dedicatoria

A mis padres, en especial a mi madre por ser el pilar fundamental de todo lo que soy por ser mi motor día a día para luchar por mis sueños. Además a mis hermanos y a mi compañero de vida por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Agradecimiento

Primero quiero agradecer a Dios por ser mi fortaleza en todo momento, a mis catedráticos y en especial a mi asesor de investigación Dr. Randall Seminario quien fue mi principal guía para que esta tesis se desarrolle satisfactoriamente. Asimismo agradezco a mis padres, familia y amistades quienes me apoyaron incondicionalmente en este largo camino.

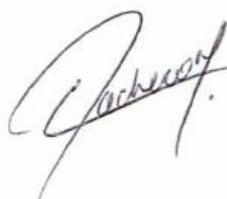
Declaratoria de Autenticidad

Yo, Leslie Ivanna Pacheco Malaver con DNI N° 44673378, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela Profesional de Ciencias de la comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 1 de diciembre del 2017



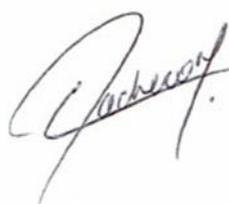
Leslie Ivanna Pacheco Malaver

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante usted la Tesis Titulada “**La Comunicación Interna De Los Trabajadores En La Institución Educativa Master Ingenieros - San Juan De Lurigancho, 2017**” y comprende los capítulos de Introducción, metodología, resultados, conclusiones y recomendaciones. El objetivo de la referida tesis fue describir La Comunicación Interna de los Trabajadores en La Institución Educativa Master Ingenieros - San Juan De Lurigancho, 2017, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Atte,



Leslie Ivanna Pacheco Malaver

Índice

	Página
PÁGINAS PRELIMINARES	
Página del Jurado	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaratoria de autenticidad	vi
Presentación	vii
Índice	viii
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad Problemática	13
1.2 Trabajos Previos	15
1.3 Teorías Relacionadas al Tema	21
1.4 Formulación al problema	33
1.5 Justificación del estudio	33
1.6 Hipótesis	35
1.7 Objetivo	35
II. MÉTODO	
2.1 Diseño de Investigación	37
2.4 Variables, Operacionalización	41
2.3 Población y muestra	42
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	44
2.5 Métodos de análisis de datos	50
2.6 Aspectos éticos	50
III. RESULTADOS	52
IV. DISCUSIÓN	57

V.	CONCLUSIONES	59
VI.	RECOMENDACIONES	60
VII.	REFERENCIAS	
ANEXOS		
Anexo 1:	Instrumentos	69
Anexo 2:	Base de datos de las variables	70
Anexo 3:	Matriz de consistencia	71
Anexo 4:	Validación de los instrumentos	72
Anexo 5:	Detalle de Confiabilidad de los ítems del Instrumento	82
Anexo 6:	Autorización de publicación de tesis para repositorio institucional	83
Anexo 7:	Evaluación de la similitud del instrumento con Turnitin	84

RESUMEN

Esta investigación tuvo por objetivo describir la comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017. Es un trabajo de diseño no experimental de corte transversal de tipo descriptivo, la muestra es no probabilística, la población y la muestra fue de 28 trabajadores, considerando un tipo de muestra censal. Se trabajó con el instrumento de diseño propio, se procedió a trabajar los resultados generando una base de datos para el procesamiento estadístico con el SPSS versión 22, utilizando el porcentaje de frecuencias.

Las conclusiones a las que hemos llegado con la presente investigación son: se obtuvo que en un 64,3 % casi siempre se da la comunicación interna y en un 28,57% a veces. Determinando así que la comunicación interna es medianamente aceptable con una tendencia a una menor comunicación.

Así también, se determinó que los tipos de comunicación interna de los trabajadores de la institución educativa son aceptables considerando que existe un porcentaje en desacuerdo. Igualmente se determinó que los medios de comunicación interna de los trabajadores son medianamente aceptables. Finalmente, se determinó que las formas de comunicación interna de los trabajadores de la institución educativa son aceptables, pero no óptimos.

Palabra clave: Comunicación Interna, institución, trabajadores.

ABSTRACT

This research was conducted to describe the Internal Communication of the workers from the Educational Institute Master Ingenieros – San Juan de Lurigancho, 2017. This is a no experimental design work of cross-sectional descriptive type, the sample is not probabilistic, people and the sample were 28 workers, considering a census sample type. This research has been worked with an instrument of self- design, ending with a database for statistics procedure with the SPSS version 22 using the percentage of frequency.

The conclusions that were reached with the following research were: First, it was determined that there is almost a 64,3% of internal communication and a 28,57% in some cases. Second, It was determined that the internal communication is moderately acceptable with a tendency to a low communication.

At the same time, it was determined that the types of internal communication among workers from the Educational Institute are acceptable, considering that a certain percentage of them disagreed. Likewise, it was determined that the means of internal communication of workers are moderately acceptable. Finally, it was determined that the ways of internal communication among workers from the Educational Institute are acceptable, but they are not optimums.

Key word: Internal Communication, institution, workers.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

En aspectos generales las instituciones, empresas u organizaciones han venido cambiando el interés y enfoque de la producción, infraestructura, etc. Hoy en día podemos ver que existe un mayor interés en el talento humano.

A nivel mundial, podemos encontrar algunas ciudades como Madrid donde aún le restan importancia a la fuerza y valor que tiene la comunicación interna en sus empresas. Según Villanova (citado en Zamora, 2015), existen trabajadores españoles que no se sienten comprometidos con sus empresas, denotando así falta de interés al no desarrollar todas sus habilidades y destrezas al momento de realizar sus funciones, la cual es producto de una mala gestión en la comunicación interna.

Por otro lado, en América Latina son muchas las instituciones, organizaciones o empresas que han tomado valor a los resultados que les brinda el tener un buen manejo de comunicación interna dentro ellas. Pero para obtener esas cifras, primero decidieron analizarse internamente, segundo expresaron lo que veían y tercero dieron un cambio de 360° para el bien de sus empresas. Sin duda este cambio no fue fácil, ya que no todas las empresas demuestran interés en saber qué es lo que opina cada miembro de su organización dando carta abierta a que expresen su sentir u opiniones sobre aspectos que le gustaría mejorar en su centro de trabajo.

Sin embargo, a nivel nacional aún existen muchas organizaciones que no entienden que la comunicación es su mejor estrategia para lograr óptimos resultados. Según Zyncro y BW Comunicación Interna (2014) mencionan que el 60% de los problemas en las instituciones están relacionados con una mala o deficiente comunicación interna. El problema en ese tipo de organizaciones es que dicen mucho pero escuchan poco, cuando debería ser totalmente lo contrario, deberían escuchar más para conocer los problemas y buscar cambios positivos a favor de ella.

Son muchas las instituciones que buscan ejecutar planes sin antes haber realizado un diagnóstico de cómo es la situación actual, queriendo realizar campañas, usando la tecnología sin antes conocer si su equipo humano la utiliza. Debemos entender que la esencia no es la tecnología sino las ganas de hablar y de escuchar.

Según Andrade (2005) define la comunicación interna como: “Un conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación...” (p. 17).

Comunicar es compartir la visión que tiene la empresa, los objetivos que quiere alcanzar involucrando así a su equipo de trabajo. Pero esto se logra con el buen manejo de los medios de comunicación, desarrollando estratégicos que sean efectivas entre la organización y los colaboradores.

San Juan de Lurigancho es uno de los distritos con mayor población en el Perú, sin duda el crecimiento de las empresas e instituciones se ha venido dando vertiginosamente. Así como se ha incrementado el número de instituciones, también aumentó la falta de interés por mejorar su sistema de comunicación interna. Por lo tanto, podemos decir que existe una problemática ya sea por la falta de interés de mejorar estos aspectos o por desconocimiento.

Entre las instituciones públicas y privadas, son en las segunda donde se puede observar un mayor interés por el buen manejo de las relaciones y logro de objetivos basándose en una efectiva comunicación. Es por ello, que se pretende con esta investigación conocer cómo se da la comunicación interna en la institución educativa seleccionada, para brindar recomendaciones en caso sea necesario. Como muchos especialistas mencionan mientras exista más comunicación existirá más claridad, y mientras exista más claridad, habrá más seguridad de lograr los objetivos.

1.2 Trabajos Previos

Luego de haber revisado algunas investigaciones realizadas a nivel nacional e internacional sobre la comunicación interna, se pudo seleccionar antecedentes que proporcionan aportes importantes para sustentar con mayor precisión esta investigación.

Antecedentes Nacionales

En Lima, Bendezú (2016), en su tesis de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos titulada: La comunicación interna y su incidencia en el fortalecimiento de la identidad corporativa en la Municipalidad distrital de la Perla, Callao. Su principal objetivo fue determinar la relación entre la comunicación interna y la identidad corporativa en la Municipalidad distrital de la Perla, el diseño de investigación que se utilizó fue de corte transversal y de tipo correlacional. La población estuvo constituida por personal administrativo y de campo siendo así una cantidad de 595 personas, excluyendo luego a los gerentes y sub gerentes la población se redujo a 552. Finalmente la muestra probabilística fue de 226 trabajadores administrativos y de campo, a los cuales se le aplicó el instrumento de tipo cuestionario. Con la investigación, se concluyó que sí existe una correlación positiva y significativa en el contexto de los trabajadores de la municipalidad. Asimismo, se recomendó crear un diseño de plan anual de comunicación interna; la cual se debería construir obedeciendo a ciertos criterios como: establecimiento de objetivo, el diseño de una estrategia, la segmentación de los públicos internos, la elaboración de mensajes claves para cada target, la construcción de indicadores de gestión, un presupuesto, y la retroalimentación de todo el proceso para corregir posibles desviaciones en el logro de los objetivos planteados. Se sugiere también establecer mayores niveles de coordinación entre las áreas del personal y relaciones públicas ya que se considera dos instancias claves que tienen como objetivo, el fortalecimiento de la identidad institucional.

En Lima, Wong (2014), en su tesis de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas titulada: Proyecto de mejora en la estrategia de comunicación corporativa interna en Pacífico Seguros y su impacto en el desempeño de los colaboradores, esta investigación tuvo como objetivo principal proponer un plan de mejora en la gestión de la comunicación interna, que logre mejorar la comunicación existente entre jefes y respectivos equipos de trabajo, así como la difusión de los beneficios corporativos que tiene dicha aseguradora, con la finalidad de incrementar la falta de motivación y percepción de los beneficios que la empresa brinda a sus colaboradores. Para poder desarrollar el plan de mejora se analizó los resultados obtenidos por una encuesta realizada en dicha empresa en el año 2011 y 2012 sobre el clima laboral, se obtuvo como resultado una baja comunicación entre jefes y colaboradores, poco nivel de conocimiento y percepción de sus beneficios corporativos y finalmente el uso inadecuado de los medios. Las actividades que se presentaron para este plan de mejora fueron la creación de talleres donde se pueda trabajar la retroalimentación y la selección de los adecuados medios para lograr una efectiva difusión de sus comunicados internos, manteniendo una medición constante. Este plan de mejora seleccionó los instrumentos conocidos como encuesta y focus group para aplicarla a una muestra considerada por 98 personas. Se concluyó que la comunicación interna es un recurso importante la cual, debe mantenerse en constante control, permitiendo que la empresa sostenga su desarrollo y crecimiento. Asimismo, se conoció a través de los resultados de las encuestas en años pasados que la empresa necesita implementar un plan de mejora. La cual debe mantener un control y seguimiento adecuado utilizando los instrumentos de medición, análisis y control establecidos en el plan de mejora.

En Chiclayo, Taboada (2008), en su tesis de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo titulada: Niveles de percepción de los profesores a tiempo completo sobre la Comunicación Interna de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, tuvo como objetivo analizar la situación que se daba en ese momento de la comunicación interna en su institución educativa desde la percepción de los profesores a tiempo completo. El instrumento que se utilizó fue la encuesta, el diseño de investigación fue no transversal de tipo descriptiva con un enfoque cuantitativo, la población estuvo conformada por 223 profesores que

laboraban en la universidad, de la cual se seleccionó una muestra de 143 profesores de tiempo completo de la universidad los cuales fueron analizados. Finalmente se concluyó que existe un nivel de percepción de media a baja, es decir promedio o menor para lo cual sería conveniente y oportuno revisar la forma de cómo se está desarrollando la comunicación de los planes entre departamentos, el trabajo en equipo, los temas que llevan a las reuniones, su periodicidad, los tipos de reuniones y la información más concreta del trabajo realizado y proyectado. Teniendo en cuenta que la comunicación deber realizarse de manera más abierta, completa y clara con una mayor y mejor retroalimentación. De igual forma se pudo conocer que el medio de comunicación con mayor efectividad es el correo electrónico.

En Lima, Tello y Sernaque (2016), en su tesis de la Universidad Privada del Norte, la cual lleva como título: Análisis de la Comunicación Interna en la unidad de gestión educativa local UGEL N° 02 – S.M.P. La presente investigación tuvo como objetivo principal analizar la comunicación interna en la unidad de gestión educativa selecciona, fue determinada utilizando la encuesta como instrumento, se aplicó directamente mediante un cuestionario de 12 preguntas cerradas a una muestra de 100 trabajadores, utilizando entrevistas y el método de observación para recoger mayor información, siendo este de carácter descriptivo. Finalmente se concluyó que la comunicación interna influye directamente a la baja productividad de la institución, desde los directivos hasta el personal administrativo. Además se detectó que algunos de los colaboradores de la institución conocen muy poco de los tipos de comunicación que existe y a la vez indican que los medios de comunicación que se utiliza internamente son deficientes. Por lo tanto se recomendó que se integre más a los miembros y que se mantenga un dialogo constante sobre sus objetivos y planes, logrando que tanto la institución como sus miembros caminen hacia una misma dirección.

En Lima, Villegas (2007), en su tesis de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos la cual llevó como título: Identidad corporativa y estrategias de comunicación interna en la Municipalidad de Santa Anita, tuvo como objetivo principal analizar la identidad corporativa de la municipalidad y conocer que influencia tenía esta en el público interno, es decir en los miembros de la

institución y evaluar qué estrategias de comunicación interna se utilizaban; el diseño de la investigación fue transversal de tipo descriptiva y explicativa. La población con la que se contaba era de 188 trabajadores de los cuales se tomó una muestra de 150 trabajadores entre personal administrativo y de campo, los instrumentos de medición que se utilizaron fueron las de observación In situ y la encuesta. Finalmente se concluyó que la deficiente comunicación interna dentro de dicha institución influyó de manera no favorable en el comportamiento del público interno con su organización, también se detectó que los trabajadores de la institución no se sienten identificados con su empresa, es decir no existe un sentimiento de pertenencia y muchos de ellos no se sienten conformes con su trabajo actual, el uso y manejo de los medios de comunicación no son los adecuados, los mensajes que se han estado emitiendo han llegado de forma distorsionada en otros ni siquiera ha llegado. Por otro lado se identificó que el problema general radica en el área de imagen de la institución, ya que solo ha demostrado interés por trabajar aspecto de la comunicación externa dejando de lado a la comunicación interna.

Antecedentes Internacionales

En Quetzaltenango, Umaña (2015), en su tesis de la Universidad Rafael Landívar titulada: Comunicación Interna y Satisfacción laboral (Estudio realizado con personal de restaurante de comida gourmet), cuyo objetivo principal fue determinar la influencia de la comunicación interna en la satisfacción laboral del personal del restaurante de comida Gourmet. La muestra utilizada constó de 50 colaboradores de diversas áreas entre ellas administrativos, operativos y jefatura entre las edades de 20 y 55 años. Este tipo de estudio fue descriptivo y el instrumento utilizado fue la escala de Likert comúnmente utilizada en cuestionarios, concluyendo así que la comunicación interna del personal del restaurante investigado influye en la satisfacción laboral de sus trabajadores. Se llegó a esta conclusión ya que, los trabajadores se desempeñaban con mayor entusiasmo y de forma eficaz cuando recibían las instrucciones claras para cumplir con sus tareas en la empresa. Asimismo, se observó que el tipo de comunicación descendente dentro de la empresa es menos efectiva ya que,

existen falencias y limitaciones para comunicar al personal, a diferencia de la comunicación tipo ascendente la cual se da de manera sencilla por parte de los trabajadores hacia sus jefes.

En Barcelona, Trani (2015), en su tesis de la Universidad de Barcelona titulada: La Comunicación Interna una herramienta al servicio de las organizaciones, cuyo objetivo fue mostrar la evolución que ha tenido la comunicación interna en las organizaciones tanto en las herramientas utilizadas como en el papel que la propia comunicación interna ha desempeñado en ellas. También se pretendió mostrar qué funciones, objetivos y valores aportaba y cómo se debía planificar para que su implantación en las empresas sea un éxito. El diseño metodológico fue descriptivo de tipo no experimental, cualitativa. Con la elaboración del presente estudio quedó patente que la Comunicación Interna ha tenido una larga evolución a lo largo de la historia en las organizaciones, la evolución ha sido constante a lo largo del tiempo y ha afectado tanto a la manera de enfocar la comunicación organizacional como a las herramientas que se han utilizado para desarrollar la comunicación interna. Podemos decir que el sector asegurador no se puede quedar atrás en este cambio cultural tal como ha quedado patente a través de los casos de éxito descritos anteriormente, la Comunicación Interna es un aspecto muy importante ya que una correcta gestión de esta herramienta puede ser una de las claves de éxito en el futuro de cualquier compañía.

En Caracas, Garelli y Pirela (2009), en su tesis de la Universidad Católica Andrés Bello titulada: Análisis de la efectividad del plan de comunicaciones internas 2008-2009 de la empresa Cines Unidos, tuvo como objetivo general analizar la efectividad del plan de comunicaciones internas en Cines Unidos, el tipo de investigación tuvo características tanto del tipo exploratorias como descriptiva; por lo tanto, se consideró mixta con un diseño no experimental. Para el presente trabajo de grado se requirieron instrumentos de medición que permitieron identificar y medir las variables, el muestreo utilizado para esta investigación fue no probabilístico en el caso de los expertos en comunicación que fueron 3 y 7 directores de Cines Unidos; y para los empleados de la organización fueron 189, utilizando un muestreo probabilístico. Se concluyó que

se observan fortalezas en cuanto al nivel de conocimiento de los colaboradores sobre las funciones de la comunicación internas, sin embargo, se considera que existen oportunidades de mejora en cuanto al cumplimiento de ellas, además, se considera que se debe realizar ajustes en los formatos de los canales de comunicación interna existentes, en los titulares de los boletines, así como la tipografía y las imágenes utilizadas. Se brindó algunas recomendaciones como el evaluar la posibilidad de incluir medios destinados a los cines que no sean digitales ya que, la mayoría de los colaboradores no tienen rápido ni fácil acceso a la computadora de la empresa, por lo contrario, se aconseja utilizar carteles exclusivos de comunicación interna.

En Bogotá, Osorio (2009), en su tesis de la Universidad Javeriana titulada: La función de la comunicación interna y externa, como instrumento estratégico para mejorar el servicio al cliente en Madero y Maldonado, corredores de seguro, cuyo objetivo principal fue diseñar un plan estratégico de comunicaciones interno y externo, la cual, sirva como un instrumento de mejora para la corredora de seguro. La investigación fue de tipo descriptiva y se le dio inicio con un diagnóstico integral, permitiendo conocer aspectos de la organización como la comunicación y el servicio al cliente. Esto permitió realizar como segundo paso el trabajo de campo la cual se dio a través del instrumento denominado encuesta en una muestra de 29 empleados. Así también, se realizó dos entrevistas la primera fue con la subgerente y la segunda con el director comercial. Finalmente, obteniendo los resultados se elaboró un plan estratégico de comunicación interna y externa para la mejora de la atención al cliente que esta brindaba. Se concluyó que consolidar una estructura formal en los proceso de comunicación de la organización es fundamental para fortalecer la cultura organizacional y para reestructurar aspectos débiles de la cultura. Asimismo, a pesar de tener una estructura de comunicación corporativa definida muchos aspectos de comunicación son informales, considerando al plan estratégico de comunicaciones un soporte para posicionar la comunicación a nivel general enfocándolas en todas las actividades de la organización.

1.3 Teorías Relacionadas al Tema

Teoría de la comunicación relacionada al tema

Para la presente investigación se tomó la teoría Funcionalista, ya que esta tiene como ejes de análisis a la comunicación de masas vinculadas directamente con la sociedad.

1.3.1 Teoría del Funcionalismo

Esta teoría está asociada a Emile Durkheim y nació a finales del siglo XIX. El funcionalismo se vincula directamente con la sociedad y busca el éxito y la solidez dentro de un grupo o sistema explicando los fenómenos sociales. Se considera funcionalista siempre y cuando un recorrido social particular promueva un equilibrio armonioso que represente estabilidad dentro de alguna institución o sistema. Por lo contrario, si rompe el equilibrio es considerado disfuncional.

Según Lozano (2007) “La teoría del funcionalismo, talla en la sociedad y sociología, ciencia que estudia los comportamientos del entorno, otorgando acciones como valores, roles, colectividades para lograr objetivos trazados, normas de convivencia y una serie de comportamientos” (p.40).

El funcionalismo evalúa el grado de interacción y comunicación que existe dentro del grupo determinado y cómo se dan las relaciones entre ellos. Durkheim asegura que las sociedades están compuestas de partes conjuntas es decir; relacionadas los unos a los otros. Se representa a la sociedad como un todo y a un todo como un sistema. Esta visión de Durkheim sobre el funcionalismo relaciona el comportamiento que se da dentro de las empresas, las características que puedan tener cada miembro y las relaciones eficaces que se puedan construir a través de la comunicación.

Se podría considerar como ejemplo al ser humano, ya que podría ser considerado como un sistema, la cual consta de un número de órganos y solo cuando estos funcionan de modo adecuado y se comunican acertadamente, el ser humano se encontrará saludable.

1.3.2 Teoría relacionada a la Comunicación Interna

La comunicación sin duda es una herramienta de suma importancia para el ser humano. Nos comunicamos a toda hora y en todo lugar ya sea de forma verbal o no verbal. Por medio de la comunicación el ser humano puede transmitir información pero también emociones, estados de ánimo, experiencias, etc. Todo proceso de comunicación se da mediante un emisor, un receptor a través de un canal y empleando un determinado código.

Definición de Comunicación Interna

La comunicación interna es fundamental dentro de toda institución, organización o empresa, ya que dentro de ellas se establecen relaciones entre los altos mandos y subordinados. La comunicación que se utiliza casi siempre es para indicar funciones, responsabilidades y establecer metas a favor de la empresa sin embargo, existe otra perspectiva de la importancia que tiene el comunicar bien internamente y esta es sin duda poder fortificar las actitudes entre los trabajadores y todos los miembros de la institución donde el personal tenga la misma visión que tiene su institución o empresa, para así lograr los mismos objetivos.

Muchas son las definiciones que se le ha dado a la comunicación interna, Fernández (1991) la define como: “el conjunto de actividades efectuados por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros a través del uso de medios de comunicación para mantener integrados y motivados...” (p.32).

De acuerdo a lo indicado por Fernández, es trabajo que se realiza en toda organización con el fin de mantener una buena comunicación y relación entre sus miembros a través de un efectivo medio. A esto se le denomina comunicación interna.

Sin embargo, la definición y las dimensiones que presenta Ocampo con respecto a la comunicación interna se enfocan netamente en aspectos comunicacionales y son indudablemente las más claras al indicar cuales son los tipos, medios y formas que existen para comunicarse dentro de una organización o institución.

Ocampo (2014) manifiesta que “Son esfuerzos por mejorar la comunicación al interior de las organizaciones para convertirlas en empresas innovadoras, cambiantes y propensas a aprender” (p.18).

Es decir, la comunicación interna busca mejorar aspectos importantes dentro de la organización, logrando que existan cambios significativos a favor de ellos y sean consideradas instituciones no comunes y no convencionales. Por lo contrario sean vistas como empresas innovadoras y que están dispuestas a utilizar herramientas estratégicas para su mejoría.

La gestión de la comunicación interna se da con la finalidad de crear un ambiente motivado, donde la buena relación se mueva en medio de sus labores de trabajo. El usar los medios adecuados para lograr una efectiva comunicación es muy importante, ya que únicamente así se logrará llegar a los involucrados efectivamente.

Por otro lado, Trelles (2001) señala que “El estudio de la comunicación interna centra su interés en los procesos y subprocesos por medio de los que se procura que los miembros de la organización cumplan las tareas encomendadas y en como los canales de información la facilitan, de acuerdo con los objetivos propuestos para el grupo” (p.43).

Según la definición de Trelles, el interés principal de la comunicación interna está en cómo se manejan los procedimientos y qué canales de información son los más efectivos para poder lograr que el mensaje sea claro y así los colaboradores de la organización cumplan con los objetivos esperados.

Asimismo, se considera a la comunicación interna no como “un fin sino un medio y una herramienta insustituible para desarrollar las nuevas competencias...” (García, 1998, p.5).

Se puede decir que la comunicación interna es una manera de gestionar la compañía y para que esto suceda de manera eficaz se tiene que involucrar a todo el equipo de la empresa, participando de lo que se quiere lograr y hacia dónde se quiere ir es decir; que conozcan y se involucren con la misión y visión de la compañía.

El trabajo de la comunicación interna se da en dos aspectos, lo psicosocial y lo psicológico, se necesita no solo informar, sino saber hacerlo y para ello se debe conocer al equipo humano que se tiene dentro de una organización, hacer un análisis de la percepción que aquel individuo pueda tener de su empresa, de la claridad del rol a cumplir, del clima y la cultura de su organización, etc. No solo se busca utilizar los medios de comunicación para dar a conocer la información que la empresa quiere transmitir, en eso no radica el trabajo de una buena comunicación interna, sino se busca tener contento al equipo humano, motivado, identificado con la compañía y esto se conseguirá utilizando una comunicación transversal entre los líderes y sus equipos.

Ante ello, Andrade (2005), define la comunicación interna como "...el conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales" (p.17).

Toda institución busca que todos sus departamentos sigan un mismo camino, una misma visión, pero esto solo se logra cuando se efectúa una acertada comunicación, consiguiendo que sus empleados comprendan hacia dónde van y qué ganan ellos colaborando con la empresa.

En ese sentido Anónimo (2007), manifiesta que la comunicación interna en la empresa, "constituye uno de los elementos centrales para articular las relaciones entre los diferentes departamentos de la organización empresarial" (p.7).

Referente al concepto que le da Anónimo a la comunicación interna, es una pieza importante que permite lograr una relación con todos los departamentos existentes dentro de la organización.

Por su parte Ritter (como se cita en Ocampo, 2014) define a la comunicación interna como:

La oportunidad de encuentro con el otro y afirma que se plantea una amplia gama de posibilidades de interacción en el ámbito social, porque es allí donde tiene su razón de ser, porque es a través de ella como las personas logran el entendimiento, la

coordinación y la cooperación que posibilitan el crecimiento y desarrollo de las organizaciones (p.14).

De acuerdo con los autores mencionados, la comunicación interna busca mejorar todos los aspectos dentro de la compañía.

Dimensión 1: Tipos de Comunicación

Respecto a la dimensión tipos de comunicación están divididas en tres grupos: descendente, ascendente y horizontal. Estas obedecen a una razón de ser y son utilizadas dentro de una empresa para hacer conocer un mensaje (Ocampo, 2014).

Dimensión 2: Medios de Comunicación

Respecto a la dimensión medios de comunicación Interna, se pueden agrupar en cuatro grupos fundamentales, al momento de transmitir el mensaje por un determinado medio, dentro de las cuales se encuentran: los interpersonales, sonoros, visuales y audiovisuales (Ocampo, 2014).

Dimensión 3: Formas de Comunicación

Finalmente podemos mencionar a la dimensión formas de comunicación Interna, las cuales se dividen en dos grupos: formal e informal (Ocampo, 2014).

La comunicación interna busca la interacción al 100% de todos los colaboradores dentro de la empresa. En esta investigación se ha podido clasificar la comunicación interna en tres tipos:

Indicador 1: Comunicación Descendente

En este tipo de comunicación, los mensajes provienen desde niveles jerárquicos superiores que existen en toda organización, dirigida hacia los niveles inferiores. Esta es muy reconocida en todas las empresas, ya que se limita a transmitir información precisa y necesaria para el cumplimiento de las labores.

Este tipo de comunicación, es muy usada y puede resultar muy eficaz siempre y cuando se transmita de forma correcta. Sin embargo, el problema se presenta cuando el mensaje transmitido descendentemente puede ser distorsionado, dependiendo de la cantidad de jefaturas que incluya.

Como lo menciona Robbins (2004):

La comunicación descendente pasa de un nivel de un grupo u organización a un nivel inferior...gerentes y jefes de grupo se comunican de esta manera para asignar metas, dar instrucciones de trabajo, informar de políticas y procedimientos, señalar problemas que requieren atención (...) cuando la dirección envía cartas al domicilio de los empleados para notificarles las nuevas normas de permiso por enfermedad, se trata de comunicación descendente, los mismo por correo electrónico... (p.283).

Es decir, mientras el mensaje sea transmitido a más jefes o personas con mando, la información puede llegar con imprecisión y ambigüedad a los niveles más bajos.

Indicador 2: Comunicación Ascendente

Como segundo tipo encontramos a la comunicación ascendente, en este tipo los mensajes son enviados desde los niveles inferiores dentro de las empresas, es decir desde los trabajadores sin ningún tipo de jefatura. Es considerado importante, porque permite que los trabajadores den sugerencias u opiniones

respecto a temas laborales, las cuales pueden ser muy significativas para mejorar la gestión dentro de la organización o institución.

Asimismo, este tipo de comunicación permite al centro laboral conocer cómo se da el clima organizacional y cuál es el compromiso que tiene el empleado con su empresa. Tiene aspectos positivos pero también negativos, que podrían ser desfavorables, esto en el caso que un empleado busque enviar un mensaje a su jefe directo y no lo informe tal cual por miedo de transmitir mensajes negativos o de disconformidad hacia su jefe.

Como lo menciona Puchol (2005) "...este tipo de comunicación recoge desde la base los deseos, quejas, reivindicaciones y sugerencias, y las transporta, utilizando el canal jerárquico, hacia arriba, hasta el lugar al que, en cada caso, corresponda decidir" (p.345). Sin duda es la que permite crear mayor participación dentro de sus colaboradores, lo cual ayuda con la satisfacción del trabajador al sentirse escuchado y valorado como parte de la organización.

Por otro lado, De Manuel Dasí y Vilanova (2000) menciona que "es probablemente la más importante para los directivos, ya que les permite saber lo que funciona y lo que no en la organización. Les permite mantener contacto directo con sus colaboradores, conocer las opiniones y necesidades del equipo..." (p.67).

Indicador 3: Comunicación Horizontal

Finalmente encontramos a la comunicación horizontal, este tipo es recomendado dentro de una organización, su finalidad es que el mensaje se emita entre todos los miembros del mismo nivel jerárquico es decir, se da entre grupos o áreas donde no se reconoce alguna autoridad.

El hecho de que los trabajadores se relacionen de igual manera o al mismo nivel permite que busquen soluciones a los problemas y diferencias, promoviendo así el trabajo en equipo.

Este tipo de comunicación es la que se identifica como fundamental dentro de toda organización, ya que incrementa la unión entre los colaboradores y mejora las relaciones interpersonales y sociales, permitiendo la participación de todos los colaboradores, donde podrán informar y opinar abiertamente, porque no existirán niveles jerárquicos.

Sobre esto, De Manuel Dasí y Vilanova (2000) menciona que “es la comunicación entre compañeros y departamentos, desarrollándose normalmente en un mismo nivel jerárquico. Las empresas eficaces tratan de fomentar este tipo de comunicación, ya que genera el concepto de equipo multidisciplinar de trabajo...” (p.69).

Dimensión 2: Medios de Comunicación

Toda comunicación requiere de medios para transmitir su mensaje dentro de una organización, este es un punto importante, porque se busca seleccionar el mejor medio para lograr una efectiva difusión. Es considerada como fundamental porque consigue llegar a los colaboradores con mayor claridad y cobertura.

Según Gálvez y Vives, (2014, citado en Ocampo, 2014, p.144) “podríamos agrupar los medios en cuatro grupos fundamentales: interpersonales, sonoros, visuales y audiovisuales”.

Indicador 4: Medios Interpersonales

Para definir los medios interpersonales Gálvez y Vives (citado en Ocampo, 2014) sostiene al respecto:

Una conversación, un grupo de debates, la acción directa de los líderes con una comunicación determinada y todas aquellas formas donde se involucra al espectador y le permiten una reacción inmediata frente al mensaje (...). Este tipo de medios permiten una efectividad máxima en la recepción de los mensajes y el intercambio de respuestas. Este es el medio más adecuado para grupos pequeños, motivación directa e introducir un cambio, entre otros. (p. 144).

Indicador 5: Medios Sonoros

La definición que se le da a los medios sonoros según Gálvez y Vives (citado en Ocampo, 2014) “La radio corresponde a este tipo de medios, siendo privilegiada, porque es capaz de involucrar al oyente aun en su intimidad, permitiéndole además, desarrollar al mismo tiempo actividades distintas haciendo que la comunicación sea indirecta ...” (p.144).

Se considera a este como transitorio y con nula oportunidad de recuperar la información transmitida; existen algunas formas dentro de los sonoros que ayudan a complementar su eficacia como el teléfono, la correspondencia, el correo electrónico, etc. No podemos dejar de lado a los sistemas de intercomunicación, como la recepción automática en el sistema de llamadas o la música ambiental que reproducen en el proceso de espera, estas también pueden ser medios efectivos para ser utilizados dentro de una empresa. Gálvez y Vives (citado en Ocampo, 2014, p. 144).

Indicador 6: Medios Visuales

Dentro de los medios visuales Gálvez y Vives (citado en Ocampo, 2014) señala que:

(...) podríamos agrupar a los impresos, medios donde el lector trabaja su propio ritmo, por lo tanto controla el flujo de la comunicación. La información ahí contenida es permanente, requiere participación directa y activa del receptor; además, cuando su cobertura alcanza a hacer significativa llega a tener la cualidad de ser pública y masiva, así que medios como la prensa, las revistas y los libros, entre otros hacen parte de este grupo. (p.145)

Algunos contenidos diseñados donde se trabaje el aspecto visual a través de una imagen también puede ser considerado como un medio visual, puesto que todo tipo de persona, incluso analfabetas, podría entender el mensaje. Gálvez y Vives (citado en Ocampo, 2014, p.145).

Indicador 7: Medios Audiovisuales

Finalmente, dentro de los medios audiovisuales se menciona a la televisión, el cual es considerado como el más importante porque tiene mucho poder sobre el receptor y es percibida con mayor credibilidad. Sin embargo, el alto costo que esta tiene no permite que sea muy considerada dentro de una empresa. Gálvez y Vives (citado en Ocampo, 2014, p. 146).

Ante ello Carretón, (2007) sostiene:

Algunas grandes empresas utilizan circuito cerrado para mantener informada a toda plantilla sobre las actividades de la organización. Asimismo suele utilizarse para anunciar nuevas políticas, planes de entrenamiento, reuniones virtuales, sin necesidad de desplazamiento del personal o divulgación de una Junta General de Accionistas en tiempo real. (p. 78).

Por otro lado, también se considera como medio audiovisual al cine. Según Gálvez y Vives (citado en Ocampo, 2014) "El cine, (...), tiene la cualidad de acomodarse a cualquier tipo de mensaje y a cualquier tipo de público. Su información puede ser almacenada permanentemente, está diseñado para una cobertura muy amplia y masiva" (p. 146).

Dimensión 3: Formas de Comunicación

Dentro de nuestra variable de comunicación interna, también podemos encontrar las formas de comunicación que se da dentro de una organización, esta se dividen en dos: la comunicación formal y la informal.

Indicador 8: Comunicación Formal

Entendemos por comunicación formal aquella que proviene de la organización, donde cumple un proceso y protocolo al momento de emitir alguna información.

Ante ello Anónimo (2008) menciona que es aquella "donde el contenido está referido, a aspectos laborales únicamente...en general, utiliza la escritura como

medio. La velocidad es lenta debido a que tiene que cumplir todos los procedimientos burocráticos" (p.6).

Indicador 9: Comunicación Informal

La comunicación informal es la que fluye de manera espontánea por parte de los trabajadores y no sigue procedimientos establecidos, como podría ser considerada el rumor, que es perjudicial para la organización, ya que la información compartida no tiene fundamento. Sin embargo, podemos destacar que el mensaje informal logra la participación en un porcentaje mayor de los colaboradores, logrando así tener información o puntos de vista referente algún tema interno con total transparencia, el cual no se lograría a través de los canales formales.

Es así que Anónimo (2008) sostiene que es aquella "donde el contenido de la comunicación, a pesar de estar referida a aspectos laborales, utiliza canales no oficiales (reunión en estancias fuera del lugar específico de trabajo, encuentros en los pasillos, las pausas del café o la comida, etc.)" (p.6).

Podemos rescatar aspectos positivos de la comunicación informal, algunas veces estas suman a la empresa, expandiendo y acelerando la información que la compañía quiere dar.

Podemos indicar que tanto el cine como la televisión permiten que exista mayor cercanía con la realidad. Sin embargo, la respuesta por parte del receptor sobre la información recibida es lenta y necesita otros tipos de medio como apoyo, sin quitar el alto costo que esta trae a una empresa. Gálvez y Vives (citado en Ocampo, 2014, p. 146).

Figura 1: Análisis general de medios.

Fuente: Ocampo, (2014).

MEDIOS	CARACTERÍSTICAS	RECURSOS	VENTAJAS	LIMITACIONES
INTERPERSONALES Líderes. Grupos. Comunicación oral.	Comunicación directa. Involucra toda la persona. Comunicación pública o privada. No es masiva.	Personas enteradas.	Información de retorno inmediata. Efectividad máxima. Apta para pequeños grupos.	Poca cobertura. Comunicación lenta. Comunicación no permanente.
SONOROS Grabaciones. Radio. Sistemas ambientales. Sistemas de recepción de llamadas	Comunicación indirecta. Permanente. Pública y masiva. Fugaz.	Equipos de producción. Equipos de recepción.	Puede llegar a interesar, aún en la intimidad. Gran cobertura. Rapidez. Muy eficaz. Credibilidad. Autoridad. Puede narrar el presente.	Para lograr una retroalimentación se requiere medios complementarios. Costos de producción.
VISUALES Impresos.	Comunicación personal. Permanente. Requiere concentración. Puede ser masiva.	Producción. Deben adaptarse al receptor.	El receptor puede trabajar a su propio ritmo. Alta permanencia. Se puede retomar la información.	Feed-back lento. Exigen niveles de alfabetización.
AUDIOVISUALES Televisión. Cine.	Comunicación indirecta. Permanente. Pública. Masiva. Involucra al receptor.	Equipos de producción. Equipos de recepción.	Movimiento. Transmisión de hechos actuales e inmediatos. Gran Emotividad. Credibilidad. Autoridad. Gran cobertura. Demostraciones.	Feed-back lento. Costos.

1.4 Formulación del problema

Problema General

¿Cómo se viene dando la comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017?

Problemas Específicos

¿Cómo se viene dando los tipos de la comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017?

¿Cómo se viene dando los medios de comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017?

¿Cómo se viene dando las formas de comunicación de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017?

1.5 Justificación del estudio

La presente investigación tiene la finalidad de contribuir con la mejora de la comunicación interna en las instituciones educativas.

Se realizará para describir como se da la comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros en el distrito de San Juan de Lurigancho, 2017, que permitirá conocer cuáles son los puntos medios y bajos que se debe trabajar para lograr el éxito de una buena comunicación dentro de la institución y para alcanzar los objetivos planteados.

Con esta investigación muchas instituciones en el ámbito educativo serán las que logren beneficiarse, ya que conocerán qué tipo, forma y medio es el más indicado para una efectiva comunicación interna, y se logre finalmente que el equipo

humano construya un clima de confianza y se sienta motivado dentro de la institución. Además que toda la entidad mantenga una misma dirección en cuanto a la información interna y logros de objetivos; únicamente así, se podrá garantizar el éxito que se busca.

Justificación teórica:

Esta investigación aportará información significativa de cómo se maneja la comunicación interna dentro de la institución, estos conocimientos permitirán que la organización pueda identificar los puntos que están afectando a la comunicación entre su equipo de trabajo.

Justificación Práctica

Los resultados obtenidos despertarán el interés de las instituciones para crear acciones de mejora que sumen a la empresa y al equipo humano. Estas podrían ser talleres de integración, focus group para conocer la opinión de los trabajadores y crear un plan de mejora y así generar una relación comunicacional óptima que permita que todos mantengan un mismo sentido.

Justificación Metodológica

La evaluación de los instrumento de investigación será de gran utilidad para futuros estudios a realizar en el contexto institucional, pero sobre todo para la institución quien decidirá qué cambios realizará en su interior.

Justificación Social

Sin duda se mejorará la comunicación interna entre los colaboradores de la institución educativa y sus líderes, ya que podrán reconocer cuál es la mejor forma para comunicarse y qué medios son los más efectivos entre los docentes y personal administrativo a la hora de transmitir un mensaje. También identificarán

la importancia de seguir una comunicación formal, sin dejar de lado algunos medios informales por medio de la jefatura, considerada muy rápida cuando se quiere llegar a todos los niveles de la institución.

1.6 Hipótesis

Como todo tipo de investigación descriptiva, la presente no presenta hipótesis.

1.7 Objetivos

Objetivo General

Describir la comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017.

Objetivos específicos

Describir los tipos de comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017.

Describir los medios de comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017.

Describir las formas de comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de Investigación

Tipo

El tipo de investigación desarrollado fue aplicada. Baena (2014) expresa lo siguiente:

“... tiene como objeto el estudio de un problema destinado a la acción. La investigación aplicada puede aportar hechos nuevos, si proyectamos suficientemente bien nuestra investigación... la nueva información puede ser útil y estimable para la teoría” (p.11). Se centra principalmente en identificar si es posible llevar la teoría seleccionada a la práctica o trabajo de campo. Manteniendo el enfoque en las necesidades encontradas en la sociedad.

Los datos que se obtengan en esta investigación serán analizados y procesados de acuerdo a las dimensiones de la variable comunicación interna.

Nivel

El tipo de investigación utilizado corresponde al descriptivo. Según Tamayo y Tamayo (2003):

Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente (p.46).

Es decir, este tipo de investigación tiene como fin medir o evaluar las dimensiones o aspectos del fenómeno investigado, es por ello, que se realizará la descripción de cada dimensión y se mencionarán sus características específicas.

Por otro lado Hernández, Fernández, Baptista (2010) señala que “los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (p.61).

Este tipo de investigación tiene como finalidad recoger datos actuales de su objeto de estudio, no se maneja un control sobre el fenómeno.

Leyenda del Diseño:

M= Es la muestra del grupo a investigar

O= El conjunto de datos seleccionados o recogidos

El diagrama es el siguiente: M-----O

Diseño

El diseño utilizado es no experimental, la cual se realiza sin manipular las variables. Lo que se busca en este tipo de diseño es observar los fenómenos presentados en su contexto natural, para luego analizarlos. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.159).

Corte transversal o transeccional

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) en este tipo de investigación se “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.151).

Cabe mencionar que en esta investigación se pretende recolectar los datos en un día específico y en un tiempo determinado.

Enfoque

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) el enfoque cuantitativo es cuando se usa la recolección de datos para poder así probar la hipótesis y el análisis estadístico (p.4).

En nuestra investigación utilizamos el enfoque cuantitativo porque utilizamos la estadística. Se basó en la información recogida y procesada, que permitió tomar decisiones con relación a las hipótesis planteadas y sacar las respectivas conclusiones correspondientes al estudio realizado, siendo hipotético deductivo.

Método

El método que fue utilizado es hipotético – deductivo porque según Tamayo (2013), al haber identificado la existencia del problema se crea varias hipótesis para luego ser explicadas deduciendo posibles consecuencias que serán

verificadas o comprobadas el valor de verdad de los enunciados hechos comparados con la experiencia (p. 35).

2.2 Variables, Operacionalización

Variable

Carrasco (2008) manifiesta que las variables son características o aspectos cuantitativos y cualitativos, que son objeto de búsqueda con respecto a la unidad de análisis (p. 220).

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) indica que las variables son propiedades que pueden variar y que esas variaciones son capaces de medirse o ser observadas (p. 105).

Operacionalización

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiesta que es la descomposición de la variable en sub términos llamados indicadores que pueden ser verificables y medibles en ítems (p. 211).

Por otro lado, Carrasco (2008) señala que es un proceso metodológico que consta en la descomposición deductiva de las variables que forma el problema, pues parte de lo más general lo más específico. (p. 226).

Variable: Comunicación Interna

Definición conceptual

Según Ocampo, “Son esfuerzos por mejorar la comunicación al interior de las organizaciones para convertirlas en empresas innovadoras, cambiantes y propensas a aprender”. (Ocampo, 2014, p.18)

Definición operacional

La variable Comunicación Interna es de naturaleza cuantitativa, que se operativiza en 3 dimensiones: Tipos de Comunicación, medios y formas cada uno

con sus propios indicadores, los cuales me ha permitido crear el cuestionario de escala tipo Likert y las escalas de medición son: Nunca (1), Casi Nunca (2), Algunas Veces (3), Casi Siempre (4) y Siempre (5).

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE: COMUNICACIÓN INTERNA

Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Valoración
Según Ocampo, "Son esfuerzos por mejorar la comunicación al interior de las organizaciones para convertirlas en empresas innovadoras, cambiantes y propensas a aprender". (Ocampo, 2014, p.18)	Son todas las mejoras que se puedan trabajar internamente a favor de la empresa, la cual será medida a través de los tipos, medios y formas de comunicación utilizadas en la organización.	1. Tipos de comunicación interna	1.1 Descendente	3	a) Siempre b) Casi siempre c) Algunas veces d) Casi nunca e) Nunca
			1.2 Ascendente	3	
			1.3 Horizontal	4	
		2. Medios de comunicación interna	2.1 Interpersonales	4	
			2.2 Sonoros	2	
			2.3 Visuales	2	
			2.4 Audiovisuales	3	
		3. Formas de comunicación interna	3.1 Formal	4	
			3.2 Informal	2	

2.3 Población, muestra y muestreo

Población

Según Carrasco (2006) “es el conjunto de todo el elemento (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación” (p.236).

La población de la presente investigación estará conformada por 28 trabajadores de la Institución Privada Master Ingenieros, entre directivos, personal administrativo y plana docente en San Juan de Lurigancho.

Muestra

En la presente investigación se tomó como muestra a todos los sujetos de mi población o llamado universo es decir, a los 28 trabajadores que conforman la institución seleccionada. La muestra es considerado como un subgrupo de la población a estudiar sobre la cual adquiero información relevante (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.173).

Por otro lado, Carrasco (2006) menciona que: “es una parte o fragmento representativo de la población, cuyas características esenciales son las de ser objetiva y reflejo fiel de ella, de tal manera que los resultados obtenidos en la muestra puedan generalizarse a todos”.

Muestreo

Para Hernández, Fernández y Baptista, (2010) “la elección de la muestra probabilística y no probabilística se determina con base en el planteamiento del problema, las hipótesis, el diseño de investigación y el alcance de sus contribuciones” (p.177).

Muestreo no probabilístico

El muestreo es de tipo no probabilístico también llamado dirigido, esto referente a que la selección de los elementos no depende de la probabilidad por lo contrario, depende a las causas relacionadas con las características que tenga

la investigación o con las decisiones del investigador (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.177).

Muestreo tipo censal

Para Hernández, Fernández y Baptista, (2010) “la elección de la muestra probabilística y no probabilística se determina con base en el planteamiento del problema, las hipótesis, el diseño de investigación y el alcance de sus contribuciones” (p.177).

Cabe destacar que esta investigación es de tipo censal, ya que al buscar conocer cómo se da la comunicación interna dentro de dicha institución no se puede excluir la opinión de algunos trabajadores, también es considerada de tipo censal porque se utilizará a toda la población. Según Hernández citado en Castro (2003), menciona que "si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra" (p.69).

Por otro lado según Namakforoosh, (2005) “también se pueden recopilar datos de todos los elementos de una población. A esto se le denomina censo” (p.185).

Criterios de selección

Se seleccionó a 28 trabajadores de ambos sexos todos mayores de edad en la Institución Privada Master Ingenieros de San Juan de Lurigancho, 2017. Teniendo en cuenta a los trabajadores permanentes y registrados en sus bases de datos entre ellos directivos, personal administrativo y plana docente. Los trabajadores indirectos no son considerados en esta investigación.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección datos

Técnicas

Para Cardona, Chiner, Lattur (2006) “Al hablar de técnicas psicométricas, nos estamos refiriendo generalmente, a los test, procedimientos sistemáticos

para observar la conducta del sujeto y describirla con la ayuda de escalas numéricas o categorías previamente establecidas” (p.74).

Según Fernández (1987) las técnicas psicométricas incluyen “aquellos test de evaluación y diagnóstico que han sido elaborados utilizando procedimientos estadísticos y altamente sofisticados y con materia rigurosamente estandarizado y tipificado en sus tres fases fundamentales: administración, corrección e interpretación” (p.166).

Encuesta

Se recoge información a través de la aplicación del test. Según Tamayo y Tamayo (2008) la encuesta “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida” (p.124).

Instrumentos de recolección de datos

El cuestionario

El cuestionario de comunicación interna mide tres dimensiones con ítems planteados de manera directa.

Para Tamayo y Tamayo (2008) afirma que “El cuestionario contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite, además, aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio” (p.124).

Este tipo de instrumento llamado cuestionario posibilita que el investigador pueda centrar su atención en aspectos importantes y que se ajuste a condiciones establecidas.

Hernández, Fernández y Baptista (2013) señala “Los métodos más conocidos para medir por escalas las variables que constituyen actitudes son: el método de escalamiento de Likert, el diferencial semántico y la escala de Guttman” (p.238).

Ficha técnica del instrumento

Nombre del instrumento: Cuestionario sobre Comunicación Interna

Autor: Leslie Ivanna Pacheco Malaver

Aplicación: Individual

Finalidad: Describir cómo se viene dando la comunicación interna de los trabajadores en la Institución Educativa Master Ingenieros – San Juan de Lurigancho, 2017.

Ámbito de aplicación: El cuestionario se va a aplicar a las 28 personas entre hombres y mujeres que trabajan en la Institución Educativa Master Ingenieros – San Juan de Lurigancho, 2017.

Materiales: Cuestionario impreso

Descripción de aplicación

La persona a encuestar tiene que conocer el grupo de personas a quienes va dirigido el cuestionario y debe tener en cuenta que se debe disponer de aspectos necesarios como lápices o lapiceros para rellenar el respectivo instrumento.

Para el encuestado, el cuestionario a aplicar constará de 27 ítems y será de tipo Escala Likert y evaluarán la comunicación interna de los trabajadores en la Institución Educativa Master Ingenieros – San Juan de Lurigancho, 2017.

La duración es de 20 minutos aproximadamente, las personas encuestadas deben leer cada ítem y responder según su grado de conformidad, los puntajes directos se interpretan de acuerdo a las respuestas: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5).

El cuestionario de comunicación interna evalúa tres dimensiones: tipos, medios y formas de comunicación.

Descripción de las normas de aplicación

No admite respuestas en blanco (en este caso se devuelve el protocolo al evaluado para que responda el ítem, de lo contrario se asigna al ítem 2 puntos, ya que es una puntuación neutral).

Ámbito de aplicación

El ámbito de aplicación del instrumento es en todos los niveles educativos de la institución (inicial, primaria y secundaria).

Descripción de la Prueba

El instrumento consta de tres dimensiones:

La primera dimensión son los tipos de comunicación, que tiene como indicadores descendente, ascendente y horizontal, con 9 ítems.

La segunda dimensión son los medios de comunicación, que tiene como indicadores interpersonales, sonoros, visuales y audiovisuales, con 12 ítems.

La tercera dimensión son las formas de comunicación, que tiene como indicadores formal e informal, con 6 ítems.

2.5 Validación y confiabilidad del instrumento

En la presente investigación el instrumento que servirá para recolectar la información será sometido a juicio de expertos. Según Hernández, Fernández y Baptista (1998) “La validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (p, 200).

De igual forma, Rusque (2003) menciona que “La validez representa la posibilidad de que un método de investigación sea capaz de responder a las interrogantes formuladas” (p, 134).

Para la validez del instrumento se tendrá en cuenta la validez del contenido que se llevará a cabo con los datos obtenidos en la evaluación de los juicios de expertos, así por el método del promedio. En la presente investigación el instrumento será validado por cinco expertos de la UCV.

Tabla n°1

Juicio de expertos

Nº	EXPERTOS	INSTITUCIÓN	VALORACIÓN DE LA APLICABILIDAD
01	Mg. Reyes Beinuy, Karina Patzy	UCV	89%
02	Mg. Espinoza Castillo, Lisbeth	UCV	89%
03	Dr. Seminario Unzueta, Randall	UCV	80%
04	Mg. Ferreyra Ugarte, Gladys	UCV	93%
05	Mg. Pérez Díaz, Ignacio	UCV	91%
PROMEDIO			88.4%

Fuente: Ficha de Opinión de Expertos de la UCV-2017

Método de Promedios

Tomando como base al “Informe de Opinión de Expertos del Instrumento de Investigación” se tabularán los datos para cada validador, obteniendo de esta manera la suma de criterios que se tomará en consideración para resolver la siguiente fórmula:

$$P = \frac{\Sigma}{\text{Criterios} \times \text{validadores}}$$

Tabla n°2

Validez de contenido por criterios

Validadores	Mg. Pérez Díaz, Ignacio	Mg. Ferreyra Ugarte, Gladys	Dr. Seminario Unzueta, Randall	Mg. Espinoza Castillo, Lisbeth	Mg. Reyes Beinuy, Karina	Σ	
Criterios	Claridad	85%	100%	80%	70%	90%	425
	Objetividad	90%	90%	80%	80%	90%	430
	Pertinencia	95%	100%	80%	80%	80%	435
	Actualidad	95%	90%	80%	90%	100%	455
	Organización	90%	90%	80%	90%	100%	450
	Suficiente	90%	100%	80%	80%	80%	430
	Intencionalidad	90%	90%	80%	80%	80%	420
	Consistencia	90%	90%	80%	80%	100%	440
	Coherencia	90%	90%	80%	80%	100%	440
	Metodología	95%	90%	80%	80%	80%	425
TOTAL						4350	

$$p = \frac{4350}{50} = 87\%$$

Interpretación: Al aplicar la fórmula, el resultado de los promedios del juicio de expertos para la validez del instrumento de investigación dio 87 %, lo que significa que el instrumento es considerado (Muy Bueno).

Confiabilidad

Para medir la confiabilidad del instrumento en mención se acudirá al estadístico alfa de cronbach para conocer su nivel de fiabilidad. Según Hernández et al. (2011) “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales” (p. 277).

Este procedimiento ayudara a calcular la confiabilidad de mi instrumento (cuestionario).

La fórmula es la siguiente.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right)$$

Donde:

- α = Alfa de Cronbach
- K= Número de ítems
- V_i = Varianza de cada ítem
- V_t = Varianza total

Para calcular el valor, se utilizará el sistema estadístico SPSS versión 22, donde el coeficiente del Alfa de Cronbach tiene valores entre 0 y 1, donde 0 es

confiabilidad nula y 1 es confiabilidad total, y esto se hará con dicho programa estadístico.

Tabla N° 03

Alfa de Cronbach

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,837	27

Rangos de los Coeficiente de Confiabilidad: Alfa de Cronbach

COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD	
Rangos	Interpretación
0.81 a 1.00	Muy alta confiabilidad
0.61 a 0.80	Alta confiabilidad
0.41 a 0.60	Moderada confiabilidad
0.21 a 0.40	Baja confiabilidad
0.01 a 0.21	Muy baja confiabilidad

Nota: Hernández, Fernández y Baptista (2010)

En la tabla 8 se indica los rangos y el nivel de confiabilidad según el coeficiente Alfa de Cronbach.

Interpretación: De acuerdo con los resultados del análisis de fiabilidad al procesar los datos de nuestra encuesta, el Alfa de Cronbach dio como resultado **0,837** lo que demuestra que el instrumento es fiable.

Prueba Piloto:

La prueba piloto será aplicada a una porción de la población con características similares a la muestra se considera aceptable 10 unidades muestrales.

Según Tamayo y Tamayo (2004) señala que para realizar la investigación es conveniente realizar antes una prueba piloto sobre el instrumento planteado a una muestra reducida para determinar si es fiable y posteriormente ser aplicado a toda la muestra definitiva de la población (p. 186).

2.6 Método de análisis de datos

Para el análisis de los datos y procesamiento estadístico de los mismos, se empleará técnicas estadísticas de tipo descriptivo, como las medidas de tendencia central o técnicas estadísticas inferenciales como las asociaciones o correlaciones. En los diseños no experimentales-transversal-correlacional se utilizará estadísticos paramétricos o no paramétricos, previamente se hará la prueba de normalidad que consiste en la aplicación de los estadísticos Kolmogorov Smirnov para muestras mayores a 30 o el estadístico Shapiro Wills, para muestras menores a 30.

La consistenciación: esta técnica permitirá discriminar la recolección de ciertos datos innecesarios para el desarrollo de la investigación, así como también omitirá las respuestas falsas de algunos encuestados. Todo este proceso se efectuará luego de realizar la prueba piloto el cual identificará lo antes mencionado.

La clasificación de la información: Es una etapa básica de datos, se efectuará con la finalidad de agrupar datos mediante la distribución de frecuencias de las variables.

La tabulación de datos: para la elaboración de esta etapa toda la información recogida del instrumento se pasará al sistema estadístico SPSS versión 22.

2.7 Aspectos éticos

La presente investigación tendrá información confiable y se respetarán las fuentes primarias y secundarias citadas adecuadamente. En cuanto a la participación será estrictamente voluntaria donde primará la transparencia y veracidad. Asimismo, se reservará la identidad de los participantes. La información obtenida por los colaboradores será manejada únicamente por la investigadora, respetando los principios éticos, que todo investigador debe tener: justicia, respeto. Finalmente se informará sobre los resultados obtenidos a la institución estudiada.

III. RESULTADOS

3.1 Resultados estadísticos

Objetivo General:

Describir la comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017

Tabla 3

La comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros – San Juan de Lurigancho, 2017

Comunicación Interna		
	F	%
CASI NUNCA	1	3,6
A VECES	8	28,6
CASI SIEMPRE	18	64,3
SIEMPRE	1	3,6
TOTAL	28	100.0

Nota: Elaboración propia

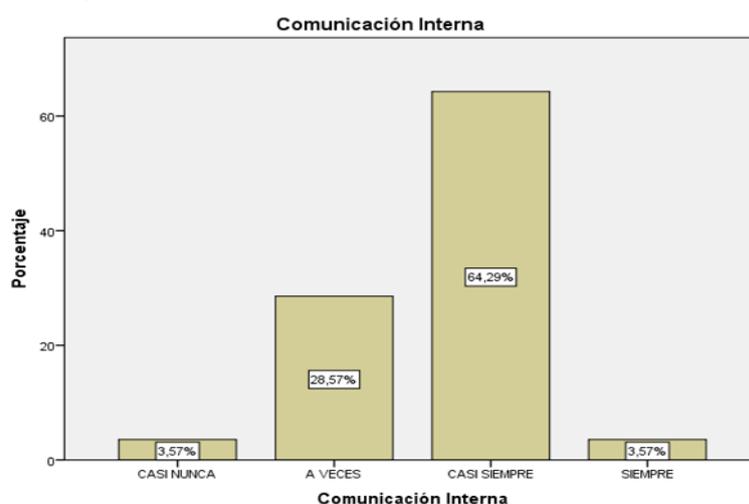


Figura 1: Gráfico de Barras de la variable Comunicación Interna

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores de la institución educativa Master Ingenieros de San Juan de Lurigancho, se obtuvo que un 64,29 % casi siempre se da la comunicación interna y un 28,57% a veces. Determinando así, que la comunicación interna es medianamente aceptable con una tendencia a una menor comunicación.

Objetivo Específico 1:

Describir los tipos de comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017.

Tabla 4

La comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros – San Juan de Lurigancho, 2017

Tipos de Comunicación		
	F	%
CASI NUNCA	1	3,6
A VECES	5	17,9
CASI SIEMPRE	15	53,6
SIEMPRE	7	25,0
TOTAL	28	100.0

Nota: Elaboración propia

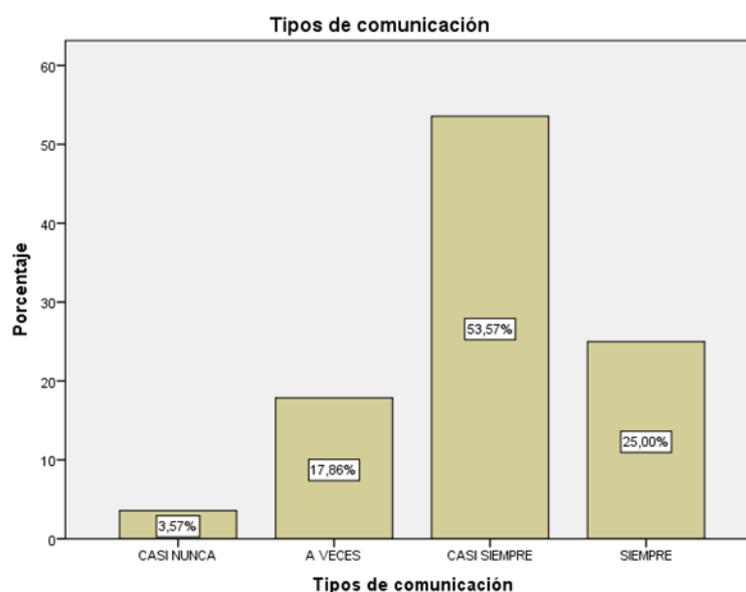


Figura 2: Gráfico de barras de la dimensión tipos de comunicación.

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores de la institución educativa Master Ingenieros de San Juan de Lurigancho, se obtuvo que un 53,57 % los tipos de comunicación se dan casi siempre de manera correcta y un 17,86 % solo a veces. Determinando así que los tipos de comunicación interna son aceptables considerando que existe un porcentaje en desacuerdo.

Objetivo Específico 2:

Describir los medios de comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017.

Tabla 5

La comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros – San Juan de Lurigancho, 2017

Medios de Comunicación		
	F	%
CASI NUNCA	4	14,3
A VECES	7	25,0
CASI SIEMPRE	11	39,3
SIEMPRE	6	21,4
TOTAL	28	100.0

Nota: Elaboración propia

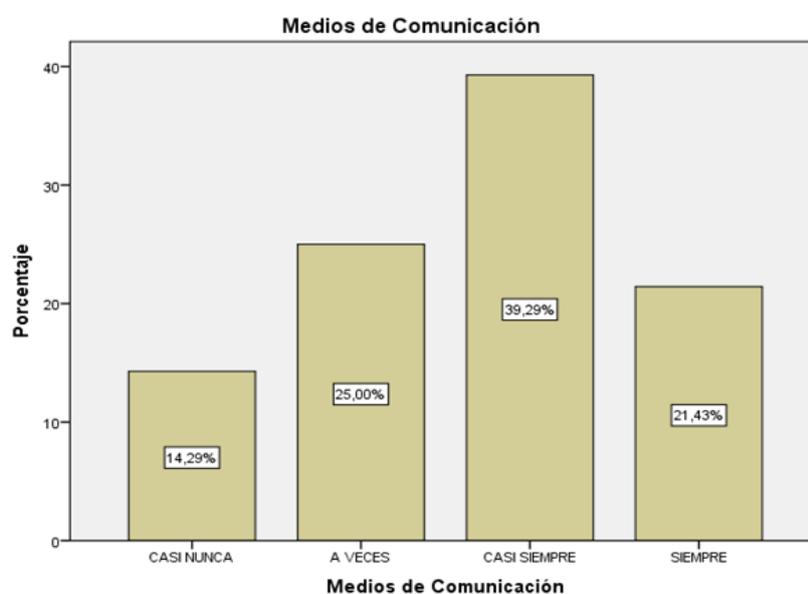


Figura 3: Gráfico de barras de la dimensión medios de comunicación.

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores de la institución educativa Master Ingenieros de San Juan de Lurigancho, se obtuvo que un 39,29 % de los medios de comunicación son utilizados de manera correcta y un 25,00 % solo a veces. Determinando así que los medios de comunicación interna son medianamente aceptables.

Objetivo Específico 3:

Describir las formas de comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017

Tabla 6

La comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros – San Juan de Lurigancho, 2017

<i>Formas de Comunicación</i>		
	F	%
CASI NUNCA	3	10,7
A VECES	11	39,3
CASI SIEMPRE	12	42,9
SIEMPRE	2	7,1
TOTAL	28	100.0

Nota: Elaboración propia

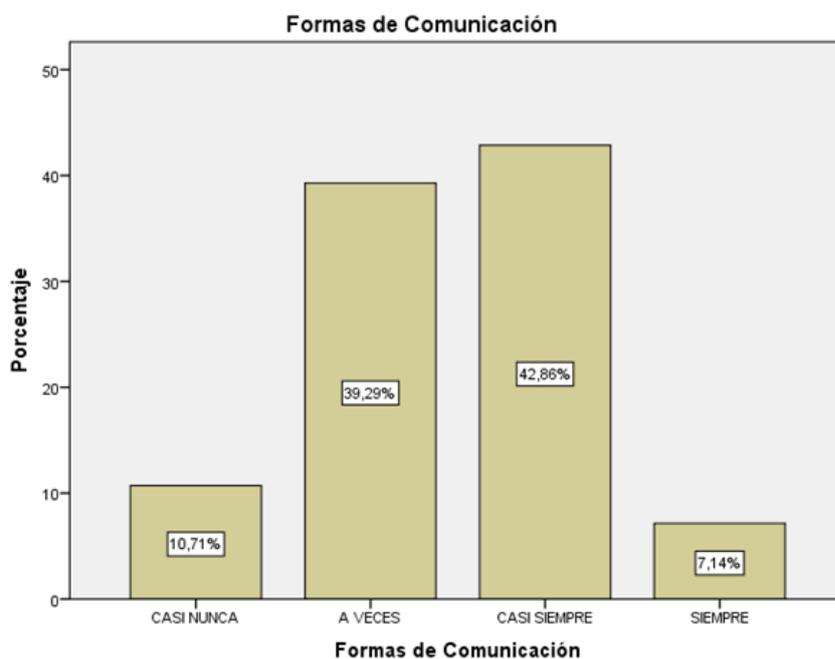


Figura 4: Gráfico de barras de la dimensión formas de comunicación.

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los trabajadores de la institución educativa Master Ingenieros de San Juan de Lurigancho, se obtuvo que un 42,86 % de las formas de comunicación se dan casi siempre de manera correcta y un 39,29 % a veces. Determinando así que las formas de comunicación interna son aceptables considerando que existe un porcentaje en desacuerdo.

IV. DISCUSIÓN

La presente investigación describe cómo se viene dando la comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros de San Juan de Lurigancho 2017. Esta investigación permite conocer si la comunicación interna dentro de dicha institución es aceptable y si se están manejando adecuadamente los medios, tipos y formas de comunicación interna teniendo en cuenta que esta es considerada un elemento estratégico para lograr el éxito de la organización.

En relación al objetivo general que consiste en describir la comunicación interna de los trabajadores, los resultados fueron que un 64,3 % casi siempre se da la comunicación interna de una manera aceptable; la cual difiere de los resultados hallados por Taboada (2008), quien encontró que un 21% de la comunicación interna se da de manera medianamente baja dentro de la institución de estudio, teniendo otras percepciones variables entre negativas y positivas.

En relación al objetivo específico uno, que consiste en describir los tipos de comunicación interna de los trabajadores, los resultados de la investigación muestran que un 53,57% los tipos de comunicación dentro de la institución se da de manera óptima, la cual tiene un resultado semejante a la de Umaña (2010), quien encontró que los tipos de comunicación que se da dentro de su empresa es medianamente aceptable ya que obtuvieron un resultado de un 46%.

En relación al objetivo específico dos, que consiste en describir los medios de comunicación de los trabajadores, se encontró que un 39,29% los medios de comunicación dentro de la institución son medianamente aceptables, resultado que difiere con lo encontrado por Taboada (2008), la cual indica que un 21,70% de los medios de comunicación percibida por los trabajadores de dicha institución es baja, indicando que es bastante desfavorable.

V. CONCLUSIONES

- Primera:** Se determina que la comunicación interna es medianamente aceptable con una tendencia a una menor comunicación. De la encuesta aplicada a los trabajadores de la I.E. Master Ingenieros de San Juan de Lurigancho, se obtuvo que un 3,57% siempre se da la comunicación interna, un 64,3 % casi siempre, asimismo un 28,57% a veces y un 3,57% casi nunca.
- Segunda:** Se determina que los tipos de comunicación interna son aceptables considerando que existe un porcentaje en desacuerdo con una inclinación a mejorar algunos tipos de comunicación utilizados dentro de la institución. De la encuesta aplicada a los trabajadores de la I.E. Master Ingenieros de San Juan de Lurigancho, se obtuvo que un 25,00% los tipos de comunicación siempre se dan de manera correcta, predominando que un 53,57% casi siempre, un 17,86% solo a veces y finalmente un 3,57% casi nunca.
- Tercera:** Se determina que los medios de comunicación interna son medianamente aceptables. De la encuesta aplicada a los trabajadores de la I.E. Master Ingenieros de San Juan de Lurigancho, se obtuvo que un 21,43% los medios de comunicación son siempre utilizados adecuadamente, un 39,29% casi siempre, por otro lado un 25,00% a veces, y un 14,29% casi nunca se utilizan medios adecuados para comunicarse internamente.
- Cuarta:** Se determina que las formas de comunicación interna son aceptables considerando que existe un porcentaje en desacuerdo y debe ser evaluado. De la encuesta aplicada a los trabajadores de la I.E. Master Ingenieros de San Juan de Lurigancho, se obtuvo que un 7,14% las formas de comunicación se dan siempre de manera correcta, un 42,86% casi siempre, un 39,29 % a veces y un 10,71% casi nunca.

VI. RECOMENDACIONES

- Primera:** La institución debe implementar estrategias para mejorar la relación con el equipo de trabajo, generando así más confianza e incrementando la participación de los trabajadores y, a la vez, logrando mayor compromiso. Es por ello que se recomienda generar un plan estratégico o un programa de comunicación interna, trabajo realizado por un conocedor del tema, (un comunicador) el cual trabaje en conjunto con el área de recursos humanos. Finalmente esta inversión logrará beneficios y rentabilidad a futuro para la empresa.
- Segunda:** Para mejorar la comunicación interna y esta resulte de manera efectiva para la institución, se recomienda realizar un canal de sugerencias, ya sea físico como un buzón o virtual a través de una plataforma, donde los trabajadores puedan dar a conocer de manera anónima y con mayor detalle cómo les gustaría que se dé la comunicación entre el jefe y su equipo de trabajo: así también, qué medios de comunicación les gustaría que se utilicen. Esto permitirá conocer de forma directa qué aspectos se deberían mejorar; es necesario que se escuche la opinión del equipo humano para poder generar cambios significativos.
- Tercera:** Si bien es cierto que a través de la aplicación de instrumento (encuesta) se ha podido observar que los medios de comunicación son medianamente aceptables, existen aún aspectos en los cuales se recomienda trabajar. Se aconseja el uso de los medios audiovisuales para lograr una mayor atención y retención del mensaje enviado por la institución a los trabajadores. Por ejemplo, crear una plataforma audiovisual dentro del espacio de descanso de los trabajadores, donde ellos puedan visualizar y escuchar parte de la historia, misión, visión y valores de la institución, así también,

llevar información acerca de los diversos eventos anuales organizados dentro del colegio, reconocimiento de logros alcanzados por el equipo de trabajo que pertenece a la institución, entre otros.

Cuarta: Realizar reuniones o un compartir trimestral entre los jefes y sus colaboradores para poder conocer la opinión del equipo humano, aspectos a mejorar, conocer el nivel de satisfacción, información, comunicación y compromiso; utilizando como principal medio la comunicación cara a cara, considerado como un medio interpersonal muy eficaz. Esta sin duda, ofrecerá una información visual y auditiva más completa a la hora de enviar y recibir el mensaje, ya que es un medio que permite una mejor retroalimentación.

Quinta: Se sugiere que se realicen capacitaciones o clases de coaching al jefe y/o director del centro educativo para que conozca los tipos de comunicación existentes, las ventajas, desventajas, y pueda finalmente ejecutar de una manera eficaz una óptima comunicación con su equipo, con el fin de lograr el desarrollo y crecimiento de los trabajadores y de la institución en general.

Sexta: El compromiso del personal es muy importante, por lo tanto se recomienda diseñar un plan de incentivos para el personal, con el propósito de contribuir a su satisfacción dentro de la empresa.

IV. REFERENCIAS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, H. (2005). Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica. (1ª ed.). España: Netbiblo, S. L.
- Ander-Egg, E. (2002). Metodología y práctica del desarrollo de la comunidad. Argentina. Editorial Lumen.
- Apolo, D., Murillo, H. & García, G. (2014). Comunicación 360: herramientas para la gestión de comunicación interna e identidad. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.
- Alcalá & Fernández (2010), Manual de identidad corporativa de neo system 2018, C.A. (Tesis Licenciatura). Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ9976.pdf>
- Bendezu, S. (2016), La comunicación interna y su incidencia en el fortalecimiento de la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de la Perla, Callao. (Tesis Licenciatura). Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/4942/3/Bendezu_ts.pdf
- Cardoso & Schulz (2013), propuesta de mejora del manual de identidad corporativa de Tecsup a beneficio de la sede de Trujillo, a partir del análisis de los elementos visuales que lo componen, (Tesis Licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/6291>
- Castro, M. (2003). El proyecto de investigación y su esquema de elaboración. (2ª.ed.). Caracas: Uyapal.
- Carrasco, S. (2006). Metodología de la Investigación Científica. Lima: San Marcos.
- Carreño, F. (2010), Auditoria de Imagen del Banco Mercantil con relación a su cambio de identidad corporativa. (Tesis Licenciatura). Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR9894.pdf>
- Carretón, C. (2007), Las relaciones públicas en la comunicación interna de la banca Española. (1ª ed.). España: Netbiblo, S. L.

- Capriotti, P. (2009). Branding Corporativo fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. (1ª ed.). Chile: Business School Universidad Mayor
- Costa, J. (2003). Diseñar para los ojos. (2ª ed.). Bolivia: Grupo editorial Design Comunicación Interna. (1ª ed.).(2007). España: Vértice
- Cornelissen, J. (2004). Corporate Communications Theory and Practice. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=VWVOhNxeLpEC&printsec=frontcover&hl=es>
- De Manuel Dasí, F., y Martínez, R. (3ª ed.).(2000). Madrid: Esic
- Fernández, C. (1999). La comunicación en las Organizaciones. México: Editorial Trillas
- Finch, K., Hansen, C. y Alexander, R. (2010). Internal communications. Recuperado de <http://novascotia.ca/cns/pubs/ItsNotRocketScience.pdf>
- García, J. (1998). La comunicación interna. (1ª ed.). Madrid: Díaz de Santos
- Garelli & Pirella (2009), Análisis de la efectividad del plan de comunicaciones internas 2008-2009 de la empresa Cines Unidos”. (Tesis Licenciatura). Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR7214.pdf>
- Hernández, R. (2014), Metodología de la investigación. Recuperado de https://www.academia.edu/15265809/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_-_Sexta_Edici%C3%B3n
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, L. (2010). Metodología de Investigación. México: McGraw-Hill.
- Lozano, J. (2007). Teoría e investigación de la comunicación de las masas. México: Pearson Educación.

- Namakforoosh, M. (2005). Metodología de la investigación. (2da ed.). México, Limusa. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&printsec=frontcover&dq=Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n+Escrito+por+Mohammad+Naghi+Namakforoosh&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwidmofN5sbXAhVCQCYKHYdADI0Q6AEIJTAA#v=onepage&q=Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20Escrito%20por%20Mohammad%20Naghi%20Namakforoosh&f=false>
- Rusque, M. 2003. De la diversidad a la unidad en la investigación cualitativa. Caracas: Vadell Hermanos Editores.
- Robbins, S. (2004), Comportamiento Organizacional. (10ª ed.). México: Pearson Educación.
- Ostos, E. (2016), Comunicación interna en la identidad corporativa de los trabajadores de salud pública en la región Lima. Recuperado de <http://www.correspondenciasy analisis.com/es/pdf/v6/rp/comunicacion-interna-en-la-identidad-corporativa.pdf>
- Osorio, S. (2009), La función de la comunicación interna y externa, como instrumento estratégico para mejorar el servicio al cliente en Madero y Maldonado, corredores de seguros S.A. (Tesis Licenciatura). Recuperado de <file:///H:/UCV%209/PROYECTO%20DE%20INVES/Antecedentes%20comunicacion%20interna/tesis293%20INTERNACIONAL.pdf>
- Ortiz, J. (2008), Construyendo identidad corporativa desde la cultura organizacional en eléctricos y ferretería delta Ltda.”- una oportunidad de comunicación a partir de un diagnóstico organizacional. (Tesis Licenciatura). Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis216.pdf>
- Ocampo, M. (2014). Comunicación empresarial plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones. (2ª ed.). Barcelona: Oberta UOC Publishing, SL.

- Puchol, L. (2005). Dirección y gestión de recursos humanos. (6ª ed.). Madrid: Díaz de Santos.
- Santander, A. (2016). Identidad corporativa de la ONG Universidad Coherente: posicionamiento de la organización en los estudiantes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en el 2010. (Tesis Licenciatura). Recuperado de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/xmlui/handle/cybertesis/4968?show=full>
- Soler, P. (2008). La planificación de la comunicación empresarial. (1ª ed.). Barcelona: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Taboada, G. (2008), Niveles de percepción de los profesores a tiempo completo sobre la Comunicación Interna de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. (Tesis Licenciatura). Recuperado de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/140/1/TL_Taboada_Luna_GladysViola.pdf
- Tamayo & Tamayo (2004), El proceso de la investigación científica. (4ª ed.). México: Limusa S.A.
- Trani, J. (2015), La Comunicación Interna Una herramienta al servicio de las organizaciones. (Tesis Maestría). Recuperado de https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/es/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1085723
- Tello & Sernaque (2016), Análisis de la Comunicación Interna en la unidad de gestión educativa local Ugel N°02. (Tesis Licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/9959/Tello%20Minaya%20Gina%20Elizabeth.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Umaña, A. (2015), Comunicación Interna y Satisfacción laboral (Estudio realizado con personal de restaurante de comida gourmet). (Tesis Licenciatura). Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Uma%F1a-Angela.pdf>

- Villafañe, J. (1999), La gestión profesional de la imagen corporativa. (1ª ed.). España: Pirámide.
- Villugas, J. (2007), Identidad corporativa y estrategias de comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Santa Anita. (Tesis Licenciatura). Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/cybertesis/1280/Villugas_lj.pdf?sequence=1
- Wong, M. (2014), Pacifico Seguros Proyecto de mejora en la estrategia de comunicación corporativa interna en Pacifico Seguros y su impacto en el desempeño de los colaboradores. (Tesis Licenciatura). Recuperado de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/338215/1/Tesis+Wong.pdf>
- Zamora & Rodríguez (2015), Impacto de los mensajes de la campaña de comunicación interna de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo en el semestre 2014-II en los estudiantes del I y II ciclo de comunicación. (Proyecto de investigación). Recuperado de https://www.academia.edu/15289546/An%C3%A1lisis_de_la_Comunicaci%C3%B3n_interna_de_la_USAT-Per%C3%BA

ANEXOS

**INSTRUMENTO DE MEDICIÓN UTILIZADO EN LOS TRABAJADORES DE LA INSTITUCIÓN
MASTER INGENIEROS DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO, 2017**

VARIABLE 1: COMUNICACIÓN INTERNA						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE ESCALA				
		NUNCA	CASI NUNCA	AVECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
Tipos de Comunicación	Descendente					
	1	¿Tu jefe te brinda la información necesaria para cumplir con tus funciones?				
	2	¿Tu jefe solamente ordena sin permitir que le des sugerencias?				
	3	¿Tu jefe te da instrucciones de manera adecuada?				
	Ascendente					
	4	¿Tu jefe recibe las recomendaciones que le das?				
	5	¿Tu jefe te da la confianza para expresar tus quejas?				
	6	¿Tu jefe te escucha cuando le pides algo?				
	Horizontal					
7	¿La comunicación con tus compañeros es adecuada?					
8	¿Te pones de acuerdo con tus compañeros para buscar soluciones?					
9	¿La comunicación con tus compañeros es eficaz?					
Medios de Comunicación	Interpersonales					
	10	¿Expresas tus ideas libremente con tus compañeros de trabajo?				
	11	¿Te comunicas directamente con tus compañeros de trabajo?				
	12	¿En los recesos hablas de temas laborales con tus compañeros?				
	13	¿La institución se comunica directamente contigo para informar algún acontecimiento?				
	14	¿Sientes que la información que recibes de forma directa es más confiable?				
	Sonoros					
	15	¿Utilizan anexos telefónicos dentro de la institución?				
	16	¿La institución utiliza el perifoneo para brindar información?				
	Visuales					
	17	¿Utilizan boletines informativos?				
	18	¿Utilizan revistas institucionales para informar?				
Audiovisuales						
19	¿Utilizan videos institucionales para dar a conocer información?					
20	¿Utilizan video conferencias como medio de comunicación?					
21	¿Recibes información a través de videos dinámicos?					
Formas de Comunicación	Formal					
	22	¿Recibes información formalmente a través de correos electrónicos?				
	23	¿La institución se comunica a través de comunicados formales?				
	24	¿La institución realiza reuniones formales para dar una información?				
	25	¿Los comunicados se dan de manera escrita?				
	Informal					
	26	¿Sueles enterarte de los sucesos de tu institución por rumores?				
27	¿Utilizas whatsapp como medio de comunicación dentro de la institución?					

BASE DE DATOS DE LA VARIABLE COMUNICACIÓN INTERNA APLICADA A MI MUESTRA

N° de instrumento aplicado	P. 1	P. 2	P. 3	P. 4	P. 5	P. 6	P. 7	P. 8	P. 9	P. 10	P. 11	P. 12	P. 13	P. 14	P. 15	P. 16	P. 17	P. 18	P. 19	P. 20	P. 21	P. 22	P. 23	P. 24	P. 25	P. 26	P. 27	TOTAL	
1	3	1	3	5	5	3	5	4	4	5	5	2	3	3	1	5	1	1	3	3	5	4	4	4	5	3	5	95	
2	4	2	4	4	4	5	3	3	3	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	2	5	109	
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	108	
4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	1	5	5	1	2	5	4	3	4	4	5	4	1	98	
5	3	2	3	4	4	4	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	1	1	1	2	3	3	5	3	71	
6	4	2	3	1	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	4	5	4	3	2	73	
7	4	2	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	1	5	5	5	5	2	1	1	1	5	5	2	2	102	
8	4	1	5	1	3	5	4	3	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	1	5	5	5	5	2	4	106
9	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	5	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	1	76	
10	3	3	3	2	3	3	5	3	3	3	4	1	2	3	1	5	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	1	64	
11	5	1	5	3	4	5	5	2	4	5	2	2	5	5	4	5	5	3	5	5	2	5	2	1	3	1	1	95	
12	4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	2	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	1	3	113	
13	4	4	3	2	3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	3	4	3	3	3	3	2	3	5	5	3	2	100	
14	5	2	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	2	4	4	4	2	5	4	5	3	1	109	
15	5	1	5	3	5	2	4	4	4	4	4	5	3	4	1	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	2	5	108	
16	5	1	5	3	5	4	5	4	3	4	5	5	3	4	1	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	2	5	111	
17	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	1	5	5	5	4	5	4	2	5	5	5	2	2	114	
18	5	2	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	1	5	5	5	5	2	4	3	5	5	4	2	2	111	
19	3	1	3	1	5	4	3	3	3	2	4	5	5	4	2	3	5	5	4	2	1	1	5	5	5	3	2	89	
20	3	2	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	3	4	1	3	3	2	3	3	3	2	4	4	4	3	1	89	
21	5	2	3	3	3	5	5	5	3	5	5	3	3	5	5	5	3	5	5	5	1	1	5	5	5	3	1	104	
22	4	3	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	1	5	5	1	2	5	1	5	3	5	5	3	5	107	
23	3	4	3	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	5	1	4	2	2	2	2	1	2	3	4	3	4	4	81	
24	5	2	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	1	3	5	1	1	1	1	1	5	5	5	1	1	93	
25	4	2	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	1	4	5	1	4	4	1	4	5	5	5	2	3	105	
26	4	1	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	1	1	2	1	1	1	1	1	5	5	5	2	5	92	
27	3	1	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	1	4	2	1	1	1	1	1	5	5	5	2	2	88	
28	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	3	1	1	1	1	1	3	2	3	1	2	87	

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	MÉTODO	
¿Cómo se viene dando la comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017?	Describir la comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017.	Comunicación Interna	Tipos de comunicación interna	Descendente	Ordinal	Enfoque: Cuantitativo Método: Hipotético deductivo. Diseño: No experimental de corte transversal. Nivel: Descriptivo Tipo: Aplicada Población: 30 Muestra: 30	
PROBLEMAS ESPECÍFICOS				OBJETIVOS ESPECÍFICOS			
¿Cómo se viene dando los tipos de la comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017?	Describir los tipos de comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017.			Medios de comunicación interna			Interpersonales
¿Cómo se viene dando los medios de comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017?	Describir los medios de comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017.		Sonoros				
¿Cómo se viene dando las formas de comunicación de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017?	Describir las formas de comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017.		Visuales				
			Audiovisuales				
			Formas de comunicación interna	Formal			
				Informal			



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Pérez Díaz Iguanio de Loyola.
 I.2. Especialidad del Validador: Mg. en Psicología y Doc. en Educación.
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Doc. de la cse. de Psic. Lima-Este
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
 I.5. Autor del instrumento: Leslie Ivanna Pacheco Malaver

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					85%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					90%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					95%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					95%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					90%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					90%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					90%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					90%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					90%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					95%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						91%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

91%

San Juan de Lurigancho, 30 de Junio del 2017.

Firma de experto informante

DNI: 05341128Teléfono: 990414865

Validación del Instrumento (Juicio de Expertos)

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Comunicación Interna

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		
Ítem 22	✓		
Ítem 23	✓		
Ítem 24	✓		
Ítem 25	✓		
Ítem 26	✓		
Ítem 27	✓		



Firma de experto informante

DNI: 08341128

Teléfono: 990414868

CPP: 2633

Anexo 04
Validación de instrumento N°2
Validación del Instrumento (Juicio de Expertos)



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Reyes Bernuy, Karina Patzi
 I.2. Especialidad del Validador Maestra en Periodismo y Comunicación Multimedia
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Universidad César Vallejo
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: Leslie Ivanna Pacheco Malaver

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X 90%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X 90%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X 80%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X 100%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X 90%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X 80%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X 80%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X 100%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X 100%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X 80%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

La valoración es conforme

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

San Juan de Lurigancho, 30 de Junio del 2017.

.....
 Firma de experto informante

DNI: 09287659

Teléfono: 963839911

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Comunicación Interna

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		
Ítem 22	✓		
Ítem 23	✓		
Ítem 24	✓		
Ítem 25	✓		
Ítem 26	✓		
Ítem 27	✓		



Firma de experto informante

DNI: 09287659

Teléfono: 963839911

Anexo 04
Validación de instrumento N°3
Validación del Instrumento (Juicio de Expertos)



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: FERREYRA UGARTE GLADYS ZOLA
 I.2. Especialidad del Validador: DIRECTORA - LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 I.3. Cargo e Institución donde labora: UCV - LIMA - ESTE - SJL
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: Leslie Ivanna Pacheco Malaver

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					100%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					90%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					100%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					90%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					90%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					100%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					90%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					90%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					90%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

San Juan de Lurigancho, 30 de JUNIO del 2017.

[Firma manuscrita]

Firma de experto informante

DNI: 10511519

Teléfono: 989690209

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Comunicación Interna

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		
Ítem 22	✓		
Ítem 23	✓		
Ítem 24	✓		
Ítem 25	✓		
Ítem 26	✓		
Ítem 27	✓		

.....
Firma de experto informante

DNI: _____

Teléfono: _____

Anexo 04
Validación de instrumento N°4
Validación del Instrumento (Juicio de Expertos)



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Espinoza Castillo Lisbeth Gracia
 I.2. Especialidad del Validador Mg. Administración de la Educación
 I.3. Cargo e Institución donde labora: OTC - Ciencias de la Comunicación
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: Leslie Ivanna Pacheco Malaver

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				70%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				80%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				80%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					90%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					90%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				80%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				80%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				80%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				80%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				80%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Revisa la pregunta 21.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

San Juan de Lurigancho, 30 de junio del 2017.

Leslie Ivanna Pacheco Malaver

 Firma de experto informante

DNI: 46237120

Teléfono: 943333124

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Comunicación Interna

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21		✓	
Ítem 22	✓		
Ítem 23	✓		
Ítem 24	✓		
Ítem 25	✓		
Ítem 26	✓		
Ítem 27	✓		

.....

 Firma de experto informante

DNI: 46237120

Teléfono: 943 335124

Anexo 04
Validación de instrumento N°5
Validación del Instrumento (Juicio de Expertos)



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Seminario Vozuelo, Randal Jesús
 I.2. Especialidad del Validador: DR EN EDUCACIÓN
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC - UCV
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: Leslie Ivanna Pacheco Malaver

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				80%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				80%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				80%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				80%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				80%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				80%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				80%	
CONSISTENCIA	Considera que los items utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				80%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				80%	
METODOLOGÍA	Considera que los items miden lo que pretende medir.				80%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

San Juan de Lurigancho, 30 de Junio del 2017.

Firma de experto informante

DNI: 43311504

Teléfono: 997175295

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Comunicación Interna

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		
Ítem 22	✓		
Ítem 23	✓		
Ítem 24	✓		
Ítem 25	✓		
Ítem 26	✓		
Ítem 27	✓		



Firma de experto informante

DNI: 43311504

Teléfono: 997175245

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	92,32	179,708	,581	,828
P2	94,32	197,930	-,245	,850
P3	92,25	178,417	,543	,828
P4	92,96	182,925	,232	,837
P5	92,11	181,507	,380	,832
P6	92,14	185,905	,205	,837
P7	92,29	182,952	,375	,832
P8	92,32	182,893	,344	,833
P9	92,57	180,106	,495	,829
P10	92,00	176,741	,590	,826
P11	92,00	180,148	,445	,830
P12	92,50	184,407	,215	,837
P13	92,39	183,803	,324	,834
P14	92,04	176,628	,571	,826
P15	94,29	181,397	,182	,842
P16	92,36	172,683	,510	,826
P17	92,64	167,646	,596	,822
P18	93,57	170,624	,418	,831
P19	93,25	165,380	,617	,821
P20	93,29	161,397	,682	,817
P21	93,86	167,534	,526	,825
P22	94,07	175,698	,379	,832
P23	92,29	179,693	,351	,832
P24	92,00	180,519	,373	,832
P25	91,89	178,247	,614	,827
P26	93,89	198,544	-,265	,851
P27	93,68	180,448	,218	,839

EVALUACIÓN DE SIMILITUD DE LA TESIS CON TURNITIN

Seguro | <https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?s=18&u=1062856928&ko=887850050&lang=es>

feedback studio | Pacheco Malaver, Leslie Ivanna | /0 | 8 de 13



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“La comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017”

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

AUTOR:
Pacheco Malaver, Leslie Ivanna

ASESOR:

Resumen de coincidencias ✕

14 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

14	1 Entregado a Pontificia ... <small>Trabajo del estudiante</small>	2 % >
14	2 repositorio.ucv.edu.pe <small>Fuente de Internet</small>	1 % >
14	3 repository.unilivre.edu... <small>Fuente de Internet</small>	1 % >
14	4 Entregado a Universida... <small>Trabajo del estudiante</small>	1 % >
14	5 tesis.usat.edu.pe <small>Fuente de Internet</small>	1 % >
14	6 repositorioacademico... <small>Fuente de Internet</small>	<1 % >
14	7 Entregado a Universida... <small>Trabajo del estudiante</small>	<1 % >

Página: 1 de 83 | Número de palabras: 13632