



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN GESTIÓN
PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD**

La auditoría de la comunicación interna que gestiona la oficina de
comunicación de una universidad pública licenciada, 2021

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Doctor en gestión pública y gobernabilidad

AUTOR:

Vasquez Villacorta, Jorge Armando (ORCID: 0000-0002-8346-2811)

ASESOR:

Dr. Salcedo Huarcaya, Marco Antonio (ORCID: 0000-0002-7831-4056)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de políticas públicas y del territorio

LIMA-PERÚ

2022

Dedicatoria

A Walter y Judith, mis papás, por ser la estela profesional que sigo.

A Beatriz, mi esposa, por su convicción y dedicación al trabajo.

A Mariana y Gabriel, mis hijos, por enseñarme a ser mejor persona cada día.

Agradecimiento

Agradezco a todos los que han sido parte de mi vida y me apoyaron espiritualmente en esta búsqueda.

A la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana por permitirme desarrollar esta investigación.

A mis docentes por su paciencia y persistencia durante el diseño de esta indagación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
Resumo	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	7
III. METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	18
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización	19
3.3. Escenario de estudio	24
3.4. Participantes	25
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
3.6. Procedimiento	27
3.7. Rigor científico	28
3.8. Método de análisis de datos	29
3.9. Aspectos éticos	30
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
V. CONCLUSIONES	57
VI. RECOMENDACIONES	59
VII. PROPUESTAS	61
REFERENCIAS	66
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de categorización	22
Tabla 2. Codificación de participantes	26
Tabla 3. Operaciones de análisis y descripción	30
Tabla 4. Matriz de triangulación de entrevistas de los directivos	34
Tabla 5. Logros perseguidos	63
Tabla 6. Presupuesto para poner en funcionamiento la propuesta	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Flujo de la conexión entre la auditoría de la comunicación interna y la calidad educativa en una universidad pública licenciada	33
Figura 2. Triangulación de la comunicación interna	52
Figura 3. Triangulación del compromiso de la comunicación interna	54

Resumen

El objetivo fue establecer la relación de la auditoría de la comunicación interna y la calidad educativa en una universidad pública licenciada. La Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria, orientada por la Política de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior Universitaria, verificó las Condiciones Básicas de Calidad. El licenciamiento constataba que las universidades cumplan las CBC para ofrecer su servicio con niveles mínimos de calidad. Las CBC no evalúan la comunicación interna. La condición básica VIII Complementaria, cuyo indicador es la transparencia de la información institucional difundida a través del portal web, evalúa una herramienta orientada a un público externo. Se propone la auditoría de la comunicación interna como atributo de calidad, analizar las relaciones teóricas sobre la auditoría, la comunicación interna y la calidad educativa. La metodología es de tipo básica, de diseño no experimental y nivel descriptiva-correlacional. Se aplicaron cuestionarios y entrevistas a directivos, y se concluye cualitativamente impactos, variables y prácticas asociadas a la comunicación interna y al servicio. Asimismo, existe una correlación significativa entre las variables auditoría, comunicación interna y la calidad educativa. Finalmente, se puede afirmar que el estudio está dentro de las relaciones públicas, comunicación interna y la calidad educativa.

Palabras clave: Auditoría, Calidad, Comunicación, Públicas.

Abstract

The objective was to establish the relationship of the audit of internal communication and educational quality in a licensed public university. The National Superintendency of Higher University Education, guided by the Quality Assurance Policy of Higher University Education, verified the Basic Quality Conditions. The licensing confirmed that the universities comply with the CBC to offer their service with minimum levels of quality. CBCs do not evaluate internal communication. Basic condition VIII Complementary, whose indicator is the transparency of the institutional information disseminated through the web portal, evaluates a tool aimed at an external public. Internal communication auditing is proposed as a quality attribute, analyzing the theoretical relationships on auditing, internal communication and educational quality. The methodology is of a basic type, non-experimental design and descriptive-correlational level. Questionnaires and interviews were applied to managers, and the impacts, variables and practices associated with internal communication and service were qualitatively concluded. Likewise, there is a significant correlation between the variables audit, internal communication and educational quality. Finally, it can be stated that the study is within public relations, internal communication and educational quality.

Keywords: Audit, quality, communication, public

Resumo

O objetivo foi estabelecer a relação da auditoria de comunicação interna e qualidade educacional em uma universidade pública licenciada. A Superintendência Nacional do Ensino Superior Universitário, orientada pela Política de Garantia da Qualidade do Ensino Superior Universitário, verificou as Condições Básicas de Qualidade. O licenciamento confirmou que as universidades cumprem o CBC para oferecer seus serviços com níveis mínimos de qualidade. Os CBCs não avaliam a comunicação interna. A condição básica VIII Complementar, cujo indicador é a transparência das informações institucionais veiculadas por meio do portal na web, avalia uma ferramenta destinada ao público externo. A auditoria de comunicação interna é proposta como um atributo de qualidade, analisando as relações teóricas sobre auditoria, comunicação interna e qualidade educacional. A metodologia é de tipo básico, desenho não experimental e nível descritivo-correlacional. Aplicaram-se questionários e entrevistas aos gestores e concluíram-se qualitativamente os impactos, variáveis e práticas associadas à comunicação interna e ao atendimento. Da mesma forma, existe uma correlação significativa entre as variáveis auditoria, comunicação interna e qualidade educacional. Por fim, pode-se afirmar que o estudo se insere nas áreas de relações públicas, comunicação interna e qualidade educacional.

Palavras-chave: Auditoria, qualidade, comunicação, públicas

I. INTRODUCCIÓN

Existe un acuerdo general en que la educación superior es necesaria para formar y mejorar las capacidades humanas. No se trata solo de su contribución a la erradicación de la pobreza, sino también al desarrollo y la búsqueda de herramientas y métodos para interpretar y comprender el mundo y sus cambios. La locura de las transformaciones tecnológicas y su impacto en el conocimiento, así como en las relaciones sociales, significa una apuesta para la universidad, una institución que data de los siglos XII al XXI, increíblemente grande. Desde la Edad Media hasta la actualidad, la universidad y la comunidad de sus profesores, académicos y estudiantes han experimentado continuas transformaciones para responder adecuadamente a los desafíos que se presentan de vez en cuando en el proceso histórico.

Según el Estudio Bienal de las Universidades en Perú, publicado por la Sunedu en 2020, la oferta y demanda de la educación superior ha aumentado de manera constante. El informe señala que el Perú también ha experimentado un aumento significativo de 36 universidades con actividad académica en 1980 a un total de 139 universidades en 2019. El sistema universitario en el Perú, durante las dos primeras décadas del siglo, ha mantenido una tasa sostenible de crecimiento. El informe de la Sunedu señala que entre el 2008 y el 2018 la matrícula universitaria, en pregrado, creció en más del doble. De igual forma, el informe del 2020 especifica que las universidades públicas mostraron hasta cerca de cuatro veces más selectividad que las universidades privadas a la hora de desarrollar la prueba de acceso según uno de los métodos de admisión universitaria que establece la ley. El informe concluye que, en general, existe un bajo nivel de selectividad para el ingreso a las universidades peruanas, aun cuando las universidades públicas muestren un indicador mayor en este componente; factor que, en la perspectiva de la Sunedu, se relaciona con el prestigio de las universidades públicas en sus ámbitos de influencia geográfica, a su oferta de programas de formación y al incremento de la demanda por educación superior universitaria de parte de los jóvenes de sectores socioeconómicos incapaces de financiar el costo de una educación privada (Sunedu, 2020).

En este contexto, la necesidad de desarrollar un servicio basado en estándares de calidad adecuados se ha tornado fundamental para las sociedades y países y sus políticas públicas. Es por esta razón que, recientemente, el sistema

universitario peruano fue sometido a un proceso de licenciamiento institucional liderado por la Sunedu, que sobre la base de un modelo que contempla ocho Condiciones Básicas de Calidad (CBC) y sus respectivos indicadores, emprendió el proceso de asegurar la calidad de la educación superior universitaria para desarrollar el servicio de formación profesional de nivel universitario. Cada una de estas condiciones básicas de calidad, además de contener sus determinados indicadores, también señalan sus pertinentes medios de verificación. Terminado el proceso de licenciamiento institucional se consideró que las universidades presentan, ahora, una oferta educativa ordenada en relación con sus capacidades institucionales y aquellas que no cumplieron con los requisitos previos para su desarrollo fueron excluidas del sistema. Sin embargo, unas 40 universidades públicas han logrado superar este proceso con distintas y diversas observaciones; condicionando esta realidad a nuevas etapas de supervisión como factor para su permanencia dentro del sistema.

De acuerdo al Informe bienal de la Sunedu del 2020, la denegación de autorizaciones de funcionamiento de locales e instituciones operativas en el sistema, por no cumplir con las condiciones básicas de calidad para la oferta del servicio educativo, ha generado una desaceleración en un 5,6 % del crecimiento de la matrícula universitaria en el Perú, acentuándose con mayor intensidad en la región amazónica donde este indicador alcanza el 26,2 % al 2019.

Dicho todo lo anterior, en la presente investigación se acometió el problema de la gestión de la comunicación interna de las universidades públicas licenciadas. Este aspecto se enmarca dentro del proceso de licenciamiento concluido a principios del año 2020 e implementado por la Sunedu, el cual dentro de la octava condición básica complementaria (transparencia de universidades) se centra en evaluar la información que las universidades hacen pública sobre el servicio que prestan a través de su portal web institucional para facilitar la toma de decisiones por parte de los estudiantes y sus familias sobre su propuesta. No se ha considerado, en el proceso de licenciamiento institucional, evaluar la comunicación interna de las universidades estimadas dentro del proceso de licenciamiento institucional, por lo que en esta investigación se consideró pertinente hacer notar la incidencia de la comunicación interna como elemento estratégico que repercute en la mejora continua de la organización universitaria, toda vez que la eficaz gestión

de este componente contribuye a la productividad institucional y su calidad. Como se pretende ir más allá de conocer cómo dirigir los contenidos a través de las vías de comunicación interna de la organización, tal como señalan Pacilio y Rudolph (1973), se propuso preguntar de forma específica ¿si es posible considerar como adecuados las acciones de comunicación interna al interior de las universidades públicas licenciadas?, ¿se ha considerado a la comunicación interna, que las instituciones universitarias públicas desarrollan, como un factor estratégico dentro del proceso de integración a la comunidad?, ¿es la gestión de la comunicación interna, en las instituciones universitarias públicas, un factor relevante en la percepción de la calidad de su oferta educativa?, ¿sobre qué indicadores se mide esta comunicación interna? y ¿existe una relación entre el proceso de licenciamiento universitario y la verificación de sus procesos de comunicación interna?

Dentro de este contexto, la investigación se centró en el problema que representa la carencia de una herramienta, instrumento o indicadores eficaces para examinar la comunicación interna de las universidades públicas licenciadas con el compromiso con la calidad dentro del proceso de licenciamiento institucional desarrollado por la Sunedu.

Sobre la base de la información expuesta, el objetivo de este trabajo de investigación es presentar cómo se produce y gestiona la comunicación dentro de una universidad pública licenciada. Entonces, se propuso indagar sobre el siguiente problema general: ¿qué relación existe entre la auditoría de la comunicación interna y la calidad educativa en una universidad pública licenciada, 2021?, y buscar respuestas sobre los siguientes problemas específicos: ¿qué grado de relación existe entre la dimensión evaluación de la comunicación interna con la calidad educativa en una universidad pública licenciada, 2021? y ¿de qué manera se relacionan la dimensión compromiso de la comunicación interna con la calidad educativa en una universidad pública licenciada, 2021?

El presente estudio se justifica desde diversos aspectos: (a) de manera teórica, porque plantea analizar la comunicación que se desarrolla desde la Oficina de Comunicación de la UNAP detallando los procesos innovadores, los instrumentos usados, los propósitos de acción y las ordenes ejecutadas para lograr mejoras continuas en las actividades de comunicación planificadas en la

corporación universitaria en la búsqueda de lograr sus objetivos, así como poner en evidencia la carencia de ellos en caso fuera un hallazgo de la investigación. Esto facilitará discriminar de manera efectiva la comunicación corporativa desarrollada en una universidad pública licenciada específica; y (b) desde una justificación práctica, porque el estudio y sistematización de estos procesos debe hacer posible identificar alternativas a desafíos encarados por la institución y discernir qué fenómenos similares se pueden presentar en otras corporaciones de igual configuración y características. De tal manera que se posibilite facilitar una ruta alternativa, orientadora y útil para diversas instituciones afines que se vean desafiadas por escenarios estratégicos relevantes que hagan complejo el logro de sus objetivos propuestos; por lo que será posible considerar este componente como relevante para futuras evaluaciones a desarrollar por la autoridad competente que persiga la mejora continua de las instituciones universitarias.

Por otro lado, en cuanto a la metodología, este estudio puede ser una base para futuras investigaciones donde se puedan obtener métodos, herramientas, técnicas y procedimientos de los resultados, además de un conocimiento más profundo acerca del proceso y la toma de decisiones que brindan diferentes formas y métodos para la retroalimentación de los directivos. Asimismo, este conocimiento permitirá ayudar a los responsables a desarrollar de manera independiente sus habilidades de comunicación, creando en ellos un reflejo de su estrategia, reconocimiento de sus objetivos, desafíos, retos especiales y necesidades de comunicación dentro de las organizaciones (Ñaupas et al., 2018).

Este estudio se justifica epistemológicamente por un modelo explicativo, que se centrará en la acción de comunicación interna en un entorno de licenciamiento de las organizaciones universitarias, y se relaciona con el modelo antes mencionado, cuya investigación se centra en la comunicación interna, comportamiento y actividades de las personas en la organización (Gil y Morales, 2017)

El objetivo de esta investigación fue comprender la relación que existe entre la auditoría de la comunicación interna y la calidad educativa en una universidad pública licenciada, 2021. Las prácticas son diversas y se adaptan al contexto y las necesidades de comunicación de las organizaciones. Por ello, se analizaron los procesos de comunicación en las organizaciones, ya que al reflexionar sobre sus

prácticas desarrollan habilidades con el objetivo de analizar la comunicación que se aplica en el proceso interno que se desarrolla en el campo de las organizaciones. Desde un aspecto social se justifica porque es de particular relevancia exponer a la sociedad y a otras corporaciones de formación superior universitaria las tareas de ámbito estratégico, al igual que las acciones de comunicación desarrolladas que han permitido mejoras relevantes en la difusión de la calidad del servicio que ofertan a la comunidad posibilitando un mejor y más amplio conocimiento de su labor y oferta académica.

Es importante entender que las acciones estratégicas de comunicación implementadas en el entorno empresarial privado consideran elementos diversos a los identificados en una institución de carácter público. Pero no deja de ser evidente que el uso y articulación de estas se han incorporado a las universidades públicas por ser pertinentes para el logro de sus objetivos institucionales dentro de una sociedad marcada por la constante búsqueda de mejoras. Puede afirmarse que las acciones estratégicas y las adecuaciones tácticas desarrolladas por la institución serán marcadas por las características de los públicos al interior o al exterior de la organización para quienes los mensajes o contenidos son desarrollados, pero el proceso de identificarlas, diseñarlas e implementarlas no ha de alejarse de las establecidas por la experiencia y la sistematización de los antecedentes configurados en modelos anteriores. Las universidades no son instituciones ajenas al devenir de las sociedades dentro de las que se desarrollan, por lo que los procesos institucionales que han de facilitar y establecer una relación exitosa con sus diversos públicos se nutren de modelos eficaces desarrollados por otras instituciones de ámbito privado que persiguen una mejora continua en la comunicación con sus grupos de interés.

Por ello, el desarrollo de esta investigación persigue el objetivo general de comprender la relación que existe entre la auditoría de la comunicación interna y la calidad educativa en una universidad pública licenciada, 2021. Al mismo tiempo que pretende alcanzar los siguientes objetivos específicos: comprender la relación de la dimensión evaluación de la comunicación interna con la calidad educativa en una universidad pública licenciada, 2021 y comprender la relación de la dimensión compromiso de la comunicación interna con la calidad educativa de una universidad pública licenciada, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Luego de revisar diferentes documentos y aportes, se consideraron los siguientes trabajos previos: Gómez (2012) propuso como objetivos generales: trazar un formulario de evaluación de medios completo para identificar las áreas de oportunidad relacionadas con las prácticas de la organización y/o la práctica de sus gerentes, y emplear el formulario de evaluación de medios completo, el que se denomina MACI (Modelo de Auditoría de Comunicación Organizacional Integral) en dos instituciones del noreste de México. Los objetivos específicos son los siguientes: análisis DAFO de la implementación del modelo MACI en agencias públicas y privadas, de acuerdo con el proceso propuesto durante el desarrollo de la tesis; evaluar el efecto de rasgos con menor puntuación sobre la mala percepción de las prácticas comunicativas en diferentes subsistemas de las organizaciones estudiadas; y evaluar el impacto de las características con mayor puntaje en la percepción de excelentes prácticas de comunicación en los diferentes subsistemas de la organización pública general y de la organización privada para la mejora continua.

El estudio es no experimental, descriptivo, transeccional y tiene como objetivo proporcionar un modelo integral de auditoría de comunicación conocido como MACI.

Para desarrollar el modelo propuesto, se decidió tomar como base las visiones del funcionalismo, la teoría de sistemas y la comunicación efectiva. El modelo MACI, desde el inicio, crea una cultura de autoevaluación en la organización para analizar, reflexionar y descubrir situaciones que conducen a la insatisfacción, baja productividad o mal servicio. Asimismo, este modelo está diseñado para analizar la organización desde una perspectiva de sistemas considerando los cinco subsistemas organizacionales (estrategia, tecnología, cultura, estructura de las personas y el entorno) e incorpora trece variables medidas por los medios desde una perspectiva funcional y funcional contemporánea: la primera de las cuales incluye instituciones como “máquinas” o “cosas” que pueden ser estudiadas utilizando conceptos y métodos tradicionales de las ciencias sociales.

Varona (2005) señala que la visión funcionalista utiliza un proceso de diagnóstico en el que el auditor asume la responsabilidad casi completa de su diseño, comportamiento, objetivos, métodos e interpretación de los resultados.

Asimismo, se refiere a que el funcionalismo contemporáneo concibe la organización como un sistema vivo integrado a través de subsistemas y en continua interacción con otros sistemas externos.

El modelo se aplicó en dos organizaciones, una pública y una privada. El primer estudio se realizó en una institución pública, con una población total de 85 empleados, de los cuales el 49 % fueron seleccionados aleatoriamente como muestra sobre la base de la lista de reclutamiento proporcionada por la institución.

En cambio, en la institución privada, el número de participantes fue 114 de 519, que es la población total. Esta industria tiene cuatro empresas, por lo que su muestra es el 22 % de la población. El modelo fue adoptado por la organización de acuerdo con las condiciones establecidas en función del proceso, pues los empleados no pueden distraerse de sus actividades debido al tipo de trabajo que realizan. Esta situación es especial, ya que los resultados del estudio en la organización privada no se pueden generalizar. Cabe señalar también que en ellos se emplearon trabajadores en las cuatro ocupaciones matutinas y vespertinas.

Las técnicas de recopilación de datos que se emplearon en el proceso de verificación de la información fueron las siguientes: encuestas, entrevistas, observación no participante y grupo de enfoque.

Por otro lado, La Roda (2016) afirma que el uso del lenguaje técnico parece ser algo muy singular en el terreno de la calidad. De hecho, la calidad es el espacio resultante de la regulación, el legado del texto legal y, por tanto, el vocabulario especializado parece ser el principal obstáculo para el destinatario. Desde la perspectiva expuesta, la investigación sugiere que, aunque los miembros de una comunidad universitaria conocen los programas de calidad que promueve la universidad, estos no terminan de interiorizarlos ni comprenderlos en su totalidad por una poco prolija comunicación estratégica que permita comprender los beneficios de las prácticas hacia la mejora continua. Desde la primera observación fáctica no curricular, desde una visión empírica intuitiva, se encuentra que la audiencia interna de la universidad como institución, a menudo pasa por alto la calidad de los programas que afectan a la educación superior. Los profesores, los departamentos y, en ocasiones, los integrantes del equipo directivo saben que estos programas existen por normativas obligatorias que las instituciones públicas publican sobre ellos, a través de los medios de comunicación o por información

brindada por técnicos de calidad y los responsables de la universidad, pero no parece que los conozcan bien, que comprendan su importancia, que vean como esto afecta el desarrollo de su trabajo, procesos y tareas como parte del proyecto y hábitos de trabajo efectivos.

Se puede considerar de gran importancia para el buen funcionamiento de la universidad que no solo sean los responsables de las titulaciones, sino también el personal docente e investigador quienes conozcan su funcionamiento, las entidades externas de las que dependen, sus motivaciones y resultados, las instituciones a las que pertenecen y su lugar de trabajo.

El estudio propone construir una nueva cultura de la calidad mejorando la comunicación interna en la universidad y establecer canales de comunicación interna específicos para difundir programas que inciden en la docencia. Por tanto, el objetivo del trabajo de investigación se centró en la comunicación interna de los contenidos principales de los programas de calidad de la universidad como institución y educación superior dirigidos a los profesores universitarios y a los estudiantes de las universidades españolas.

Asimismo, se centran en comprobar lo que saben los profesores universitarios sobre los programas de calidad disponibles para la universidad en su conjunto y sus titulaciones, y si consideran que su contenido es popular a través de cualquier canal para que el formulario de contacto que usen no se sostenga solo en una idea, sino también por necesidad comprobada. La metodología utilizada es la cuantitativa y se utilizó una encuesta en línea como herramienta de recopilación de datos. El cuestionario se aplicó a 342 profesores universitarios y los resultados se extendieron a los profesores universitarios españoles en general.

Los resultados del estudio mostraron que existe la necesidad de poner mejor la comunicación al interior de los programas universitarios de alta calidad comenzando por la falta de un gestor de documentos o procesos. En particular, los miembros de la facultad no tienen una comprensión completa de los programas de calidad y sus procesos, con el fin de realizar adecuadamente el trabajo y garantizar un desempeño óptimo de la educación superior, según las indicaciones de las agencias de evaluación externas.

Aquino (2018) señala dos conceptos principales: “estrategia de comunicación” y “organización institucional”, los que han sido entendidos por

muchos autores del conocimiento de la comunicación institucional como Costa, Villafañe, Fernández Collado, Van Riel, Capriotti, entre otros. El estudio asume la definición de estrategias de comunicación de Antonio Castillo, cuando propone que las acciones de comunicación desarrolladas en las organizaciones siguen un patrón, son parte de una serie de técnicas de comunicación para la organización de eventos (Castillo, 2009). Para desarrollar este modelo fue necesario ubicarlo en un contexto dentro de una organización corporativa. Berceruelo (2014), así como otros autores, sugieren que la organización institucional incluye situaciones de administración de la existencia dentro de la organización en las que participa el público de la organización, creando una relación que permite que cada parte decida. Dichos conceptos fueron aplicados a una organización de enseñanza preeminente de carácter público como es la UPV para entender mejor cómo se desarrollan las acciones de comunicación y la organización institucional, en esta situación en específico, que bien pudiera ser extrapolable, en cierta medida, a otras entidades de enseñanza profesional. Después, se pasó una encuesta por los todos los campus para obtener la percepción de la comunicación del alumnado, PAS y PDI de la organización; además, se han realizado entrevistas en inmersión semiestructuradas a expertos de los medios de comunicación con los que la UPV/EHU está en constante contacto para dar a conocer las noticias o publicar las informaciones importantes que se crean en esa universidad. Justamente, a lo largo de la ejecución de la tesis se practicó un estudio DAFO de la organización en 2013 y se vio cómo esta entidad de enseñanza profesional tiene debilidades que tienen que transformarse en oportunidades, amenazas que se tienen que reforzar y fortalezas que requiere consolidar, principalmente en la comunicación interna.

Sotomayor (2020) indica que el objetivo de su estudio fue determinar la conexión entre la comunicación interna y la dirección comercial para los jefes de proyecto. Se utilizó un método de investigación básico, con un diseño no experimental y un nivel de correlación descriptivo. Se aplicaron dos cuestionarios en escala Likert a 70 directores de proyectos. Como resultado, se obtuvieron conclusiones cualitativas y en profundidad sobre los impactos, variables y mejores prácticas relacionadas con la comunicación con los jefes de proyecto. También se observó que existe una relación importante entre las variables de comunicación interna y la actuación del directivo. Esto se comprobó aplicando la prueba de Rho

Spearman, donde se obtuvo un valor significativo de $p = 0,000$, que concluyó que existe una asociación entre las variables porque el valor de significancia correspondiente es menor. Al nivel de 0,05 con un coeficiente de correlación de $r = .669$. Esto es muy positivo.

González Guitián (2015) en su investigación elabora y aplica una metodología integrada de auditoría de información y conocimiento desarrollada y aplicada a las organizaciones, que consta de siete pasos con un enfoque común para revisar estrategias y políticas, identificar e inventariar recursos de I+C y evaluar procesos relevantes para la gestión de la organización. Los fundamentos teóricos y metodológicos de las auditorías de información y conocimiento, y el análisis de su comportamiento, se incluyen en las publicaciones procesadas por las bases de datos Scopus, LISA y WoK. Las diferencias y similitudes entre los dos procesos de evaluación se identifican según los objetivos y aspectos clave que abordan, y los enfoques metodológicos más importantes se identifican según su aplicabilidad en los contextos. Los estudios de caso difieren describiendo en profundidad los pasos, técnicas y herramientas utilizadas. Finalmente, los resultados de la aplicación del método propuesto se presentan en el Centro de Investigaciones Científicas, lo que puede dar fe de su eficacia y versatilidad.

Por su parte, Abadía y Vaca (2014) presentaron el modelo de auditoría de comunicaciones regulatorias, que fue creado a partir de los resultados del proyecto de investigación “Diseño de un modelo de auditoría de comunicación organizacional para universidades privadas de los departamentos del Quindío y Risaralda”. El estudio se desarrolló de acuerdo con la metodología de enfoque cualitativo, utilizando la entrevista semiestructurada como principal herramienta para la recolección de información en las universidades privadas de los colegios de Quindío y Risaralda en Colombia. Este estudio ayudó a caracterizar la función de la comunicación en este tipo de institución educativa, desde el punto de vista organizacional, y obteniendo la información necesaria para diseñar un modelo de evaluación de los procesos de comunicación en la organización, a través del cual es posible evaluar su efectividad y contribuir a la gestión de activos intangibles.

Cevallos et al. (2018) realizó una comprobación de las producciones literarias sobre la comunicación interna de la empresa y la importancia de realizar una evaluación de la comunicación organizacional. Se presenta un marco teórico

que incluye un análisis en profundidad de las definiciones y evolución de cada término de búsqueda. Luego se detalla la discusión de artículos pertinentes para la consolidación de la indagación, aportando conocimientos importantes para comprender los vínculos entre las contribuciones científicas al campo. Finalmente, se presenta la conclusión del trabajo en la que se aclaran diversos aspectos de la importancia de evaluar la comunicación interna en las organizaciones.

Cuenca-Fontbona et al. (2020) proponen analizar el grado de sensatez en el cambio digital de los departamentos de relaciones públicas y comunicación de las empresas de más enorme comercialización españolas en relación con la Sociedad de Directivos de Comunicación-Dircom, por medio del modelo de transformación digital de Westerman, Bonnet y McAfee (2012, 2014), basado en los ejes de dirección y volumen digital. El 85 % de estos departamentos tienen una visión integral de la comunicación digital, aunque reconocen que aún deben automatizar diversos de sus procesos.

Pereira Villazón et al. (2019) sostienen que la mayor actividad generada en las plataformas de comunicación digital está dando lugar a nuevas formas de relación entre organizaciones y stakeholders. Esto, a su vez, ha resultado en la producción de cantidades masivas de información, una explosión de datos conocida como big data. En este nuevo contexto es necesario estudiar cómo gestionar la enorme cantidad de información, que se genera constantemente, a gran velocidad y requiere gestión incluso en tiempo real, en las relaciones públicas. Este trabajo ofrece una revisión bibliográfica del estado actual de la investigación sobre la gestión de big data en las relaciones públicas y dio como resultado un total de 41 obras. A través del análisis de contenido, encontraron que la comunicación interna, las relaciones con los medios, la comunicación de crisis y la gestión de problemas están más estrechamente relacionadas con la gestión de datos.

Por su parte, la investigación de Vivas y Saavedra (2018) se enmarca en una investigación no experimental. El universo está conformado por 150 profesores y la muestra 75 profesores en dicha institución. El diseño del estudio es descriptivo y transversal. Los datos se recolectaron a partir de dos cuestionarios estructurados teniendo en cuenta modelos y tipos de comunicación interna, de arriba hacia abajo, de abajo hacia arriba y de comunicación horizontal. Se realizó la calidad del trabajo administrativo de planificación, organización, integración, dirección y control de los

75 docentes de la muestra. La hipótesis de su investigación fue que la comunicación interna está relacionada con la calidad de la gestión administrativa en Lycée Technique Amelia Courbis. Los resultados llevaron al rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis estudiada, pues con la estadística aplicada de la prueba R para Ch2 los resultados de la asociación aparecen con un índice de 0,953, es decir, 95,3 %, con un índice de libertad de 0,047 o 4,7 %, lo que confirma la hipótesis alternativa: la comunicación interna está relacionada con la calidad administrativa en Lycée Technique Amelia Courbis, Talca.

Para la teoría de la comunicación de la comunicación empresarial se utilizará la teoría de sistemas. La comunicación empresarial se entiende como el proceso de creación de una organización y se ocupa de la transmisión de información y de conocer la respuesta del destinatario del mensaje. Para ello, la organización desarrolla procedimientos que le permitan comunicarse con las personas que integran la organización (comunicación interna) o con una audiencia externa (comunicación externa) para mejorar las relaciones entre sí.

Se llama auditoría de comunicación interna a todos los métodos de investigación y análisis que tienen como objetivo identificar, regular, revisar y evaluar los contenidos y el desarrollo de la función. Es un sistema de control de gestión desarrollada (Salo, 1997). Según Pacheco et al. (2018), las comunicaciones de la compañía deben entenderse como una de las herramientas estratégicas que le permiten posicionarse mejor en el mercado o mejorar las relaciones entre los miembros. A medida que la organización crece y aumenta el número de empleados y clientes, es cada vez más importante practicar una buena gestión de la comunicación considerando siempre los objetivos estratégicos de la organización, el entorno legal y la crisis que puedan ocurrir en el medio ambiente y en el impacto en la organización. Por lo tanto, la comunicación corporativa es un grupo de acciones para difundir las actividades de una organización hacia diversos públicos, para proporcionar una imagen transparente y confiable. Además, busca contribuir al buen funcionamiento de la organización y la formación de una imagen de marca sólida. Su implementación se ilustra con el ámbito de la comunicación, siguiendo las direcciones que se fijan en la dirección y son de importancia estratégica para ella.

Cabe señalar que la realización de una auditoría tiene algunas dificultades,

pues los documentos que realiza como opiniones, percepciones y declaraciones pueden ser muy vulgares e impersonales; su evaluación, porque es difícil revelar toda su profundidad, en todas las organizaciones y estructuras; y su alcance, ya que constituye un intangible resultante de la diversidad y heterogeneidad de las emisiones que se producen entre empresas, organizaciones y sus públicos. La comunicación debe ser sobre estabilidad y sustentabilidad; en este sentido, la auditoría es una herramienta a corto plazo, pues permite a los gerentes separarse de las actitudes y comportamientos que conforman la organización, y de largo plazo, ya que desarrolla estrategias más creíbles desde el entorno competitivo.

Para eso, la auditoría analizará tanto los remitentes como los destinatarios de los mensajes, medios de comunicación interna (interacción por teléfono, reuniones, correspondencia electrónica, etcétera.) y todo el ámbito y el sistema de identidad de la organización (uniformes, espacios de trabajo e interiores, superficies usuales para empleados, señalización interna, salud y estabilidad, etcétera.) para obtener una imagen completa de los procesos de comunicación interna de la entidad.

El alcance de la auditoría es dependiente del tipo de organización, de sus necesidades e inconvenientes específicos.

No se debería desconocer que la evaluación de las comunicaciones internas identifica los mensajes clave necesarios para conservar un óptimo ambiente interno, así como ser coherente con la táctica comercial de la organización. Si bien se concentra en las comunicaciones internas de la organización, podría ser eficaz no perder de vista las comunicaciones que obtiene de varios públicos internos. La necesidad de las empresas de comunicarse con los clientes o los mercados es muy importante, pues “si los compradores y vendedores no se conocen mutuamente, no pueden existir en el mercado” (Johnsson, 1991). Sin embargo,

la confianza del cliente depende de que el suministrador de productos o servicios, el ente comunicador, merezca la confianza del público. Para ello ha de definir los mensajes, elegir los instrumentos de comunicación, los mecanismos de control y coordinar toda la operación. En definitiva, el éxito de una persona u organización depende de que sepa vender adecuadamente un mensaje-producto (Álvarez y Caballero, 1997, p. 21).

Si algo no se comunica, no existe, o existe solo para un pequeño grupo de personas con acceso privilegiado a las características relevantes de un bien o intangible para saciar las carencias del mercado. Ahora, en un mercado abierto y altamente competitivo, las empresas compiten no solo por desarrollar el mejor servicio o producto, sino también por presentar la mejor imagen que les permita crear una relación de confianza y oportunidad con su público objetivo.

Aun cuando cada vez son más evidentes los cambios que se producen en el modelo comunicativo, hay componentes que nunca deben modificarse. La empresa, ya sea por medio de publicidad o de otro canal, debe tener siempre presente su estrategia y estructurar sus mensajes conforme a cinco preguntas: qué es lo que ha de decir, cómo debe decirlo, dónde ha de decirlo, cuándo debe decirlo y cuánto ha de invertir en ello (Álvarez y Caballero, 1997, p. 50).

Según este argumento, la comunicación no es una actividad que deba tomarse a la ligera. Es mucho más efectivo planificar la comunicación con anticipación que tener que controlarla más tarde. Las organizaciones necesitan planificar la estrategia de comunicación, planificar la estructura organizativa, establecer la dirección, organizar la información y diseñar la comunicación. Al respecto, Gil (1999) señala: "Todos estos instrumentos configuran las organizaciones y ellos les dan su cultura y el sentido que las empresas quieren y los públicos perciben de ellas. Es la forma de diferenciarlas de las otras" (p. 11).

Por tanto, hay que entender que la comunicación es un sistema, un sistema que gira dentro de él para comunicar sus decisiones y acciones, y fuera para comunicar sus valores y filosofía o el compromiso de las partes asociadas a él. Ventura (2000) se refiere a la empresa como un ente comunicativo, que tiene como función primordial "dar a conocer todo cuanto hace la empresa, todo cuanto es, todo cuanto le preocupa y todo cuanto está dispuesta a comprometerse y a aceptar su parte alícuota de responsabilidad, en un ámbito social" (p. 60).

La comunicación organizacional es exactamente el proceso general de comunicación que una organización desarrolla en cualquier momento del día, ya sea consciente o inconscientemente. La comunicación organizacional tiene sus raíces en la propia filosofía de la empresa, en la imagen que la empresa aspira a presentar tanto interna como externamente (Adecec, 1997, p. 37).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Esta pesquisa es de tipo básico. Sobre esto, Ñaupas et al. (2014) sugiere que este análisis nació de la necesidad de revelar los secretos del origen del cosmos, la naturaleza silvestre y la existencia humana, y que su preocupación fundamental era el hallazgo del entendimiento. Simultáneamente, los nuevos conocimientos tienen la posibilidad de usar como base en la indagación aplicada o en la tecnología. Sin embargo, Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) aseguran que, si la indagación consigue la motivación de otorgar nuevos saberes y teorías, se estima esencial para el propósito de la indagación. El interés es cualitativo en el tamaño en que posibilita el entendimiento de las manifestaciones, explorándolos a partir de la postura de los involucrados en su ámbito común y relacionadas con su realidad. El modelo de este análisis es explicativo y está en el soporte de la indagación cualitativa pues es la obra del entendimiento científico desde la conexión del individuo con la cosa, lo cual propicia la obra y reproducción del estado de hoy como indagación social (Chango, 2019). Asimismo, Gil y Morales (2017) establecen que los estudiosos interpretativos escogen hacer estudios que no son de manera directa observables ni permanecen sujetos a pruebas.

La mirada de este estudio es cualitativa y, sobre esto, Hernández Sampieri y Mendoza (2018) indican que este acercamiento tiene sus raíces en las ciencias sociales y, adicionalmente de describir y medir variables sociales, se enfoca en resultados subjetivos e interpretaciones dentro del entorno en el que pasa el fenómeno. Se enfatizan muchas propiedades de este enfoque: los enunciados del problema no se desarrollan justamente desde una acción predeterminada y las cuestiones planteadas no se conciben. La lógica prevalece y se orienta gradualmente de lo especial a lo general una vez que primero exploran, después describen los aspectos distintivos y, al final, construyen procedimientos de indagación teórica de una forma más adaptativa y se desarrollan entre entendimiento, proceso y resultados. Otra peculiaridad es que busca encontrar sentido a los sucesos o hechos por medio de las percepciones de quienes los muestran, y la información cualitativa basada en historias podría ser obtenida por diferentes medios y maneras.

El trazo de este estudio es fenomenológico. Hernández et al. (2014) indica que el objetivo primordial de este diseño es explorar, comprender y describir las

diferentes experiencias de los sujetos involucrados a un fenómeno y explorar los factores comunes involucrados en los experimentos. Escudero y Cortez (2017) afirman que en este concepto se estudian los hechos de una sociedad tomando en cuenta los conceptos de los principales actores de la misma sociedad.

3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización

Herrera et al. (2015) confirma a las categorías y subcategorías como temas organizados o tópicos para la recolección de información. Pueden ser apriorísticas si están formadas antes del proceso de recolección de datos, o también pueden surgir durante la investigación.

Categorías

Relación de la auditoría de la comunicación interna

Supuesto categórico general

Existe una relación significativa entre la auditoría de la comunicación interna y la calidad educativa en una universidad pública licenciada-2021.

Supuesto categórico 1

Existe una relación directa entre la dimensión evaluación de la comunicación interna con la calidad educativa de una universidad pública licenciada-2021

Supuesto categórico 2

Existe una relación directa entre la dimensión compromiso de la comunicación interna con la calidad educativa de una universidad pública licenciada-2021

Tabla 1

Matriz de categorización

Categoría	Subcategoría	Ítems por categoría
Relación de la auditoría de la comunicación interna en una universidad pública licenciada	Rapport	1. La organización que dirige ¿de qué tipo es?
	I. Planificación de la comunicación interna	2. ¿Cuáles son los productos o servicios que brinda?
	1.1 Contexto	3. Las normas y políticas a seguir en la organización ¿quién las define?
	1.2. Actividades de comunicación interna	4. ¿Su organización cuenta con planes y objetivos definidos a corto, mediano y largo plazo?
		5. ¿La organización tiene metas definidas con claridad?
		6. ¿Considera que los objetivos ayudan a definir las metas necesarias para alcanzar la misión de la organización?
		7. ¿Cada quién sabe lo que tiene que hacer?
		8. ¿Los empleados tienen las habilidades que se necesitan en la organización?
		9. ¿Se proporciona capacitación a los empleados?
		10. ¿Los empleados utilizan las medidas de protección y seguridad dentro de la organización?
		11. ¿La organización satisface las necesidades personales de los empleados?
		12. ¿La organización cuenta con estímulos económicos para los trabajadores?
		13. ¿Qué servicio esperan mis clientes?
		14. En orden de importancia, enumera cinco de los requerimientos que el cliente solicita.
		15. ¿Sé cuáles productos o servicios me brindan mayor utilidad?
		16. Marca con una X las tres razones o motivos por los que acude más el cliente a tu organización/institución.
		17. ¿Sé qué servicios ofrecen mis competidores?
		18. ¿Sé cuáles son mis ventajas competitivas respecto a mis competidores?
		19. Si contestaste afirmativamente la pregunta anterior, anota tres de las ventajas.
		20. Estoy enterado de los cambios que ocurren en la economía.
		21. Conozco los impactos que los cambios económicos pueden tener en mi servicio.
		22. ¿Qué acciones estratégicas realizo para disminuir el efecto de la crisis económica? (anota tres).

II. Compromiso de la comunicación interna	23. ¿Cuáles son los tres valores fundamentales en los que se basa la organización a la que pertenece?
2.1 Prácticas de comunicación	24. ¿Cuáles son las tres creencias que la organización define como más importantes? 25. Actualmente, ¿su organización cuenta con un organigrama? 26. ¿Se delegan adecuadamente los deberes y responsabilidades?
2.2 Quién dirige la comunicación	27. ¿Las líneas de autoridad se respetan y se aceptan sin problemas por parte de los empleados? 28. ¿Cómo son las relaciones con sus empleados? 29. ¿Cómo evalúa la comunicación con sus empleados? 30. ¿La comunicación fluye adecuadamente en todos los niveles y direcciones? 31. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con sus empleados? 32. ¿Se les reconoce el trabajo a los empleados y se les recompensa? 33. La organización tiene disposición de aceptar el liderazgo y la dirección de los empleados calificados. 34. ¿Le doy mantenimiento adecuado a las instalaciones, maquinaria y equipos? 35. ¿Mis equipos funcionan adecuadamente? 36. ¿Qué es la organización ahora? 37. ¿Qué aspira a ser? 38. ¿Hacia dónde se dirige? 39. ¿Qué se compromete a lograr la organización? 40. ¿A qué problemática se ha enfrentado para mantener esta organización? 41. ¿Qué cambiaría de la situación actual que vive su organización?

3.3. Escenario de estudio

La Universidad Nacional de la Amazonía Peruana (UNAP) se formó el 14 de enero de 1961 por la Ley N.º 13498 emitida por el régimen de Manuel Prado Ugarteche, luego de muchas actividades diferentes que la sociedad de Loreto desarrollaba a partir de los años 50 del siglo XX con el fin de tener una organización de enseñanza superior.

Para poder hacer el desarrollo de novedosas ocupaciones del establecimiento y, de acuerdo con el artículo 7 de la Ley N.º 13498, se estableció el Consejo de Gestión de la universidad presidido por el ministro de Enseñanza Pública, el doctor Alfonso Villanueva Pinillos y un trío de catedráticos de la Universidad Nacional Mayor San Marcos, dos docentes de la Universidad Nacional de Ingeniería y un maestro de la Universidad Nacional Agraria La Molina.

La ley que diseñó la UNAP estimó que era primordial conformar un patronato para contribuir con el Consejo de Gestión.

Avanzados todos los métodos legales que la construcción de la UNAP demandaba y consolidado el Consejo de Gestión, además un Patronato de habitantes honorables, se logró seguido emprender la idea de ofrecer la partida al desarrollo académico. La ceremonia de apertura del año universitario se llevó a cabo el 31 de mayo de 1962, en la sala de la Municipalidad Provincial de Maynas, Ramón Castilla; presidió la ceremonia el doctor Eduardo de Souza Peixoto Hidalgo, mandatario ejecutivo del Consejo de Gestión y contó con la existencia de miembros sobresalientes del Patronato al costado de muchas autoridades locales. El Consejo de Gestión calificó al profesional Eduardo de Souza Peixoto Hidalgo y su gestión duró 8 meses (desde el 28 de diciembre de 1963 al 23 de octubre de 1964) hasta que la Asamblea Universitaria —instalada en 1964— escogió al primer rector electo según las reglas legales y el estatuto de la Universidad, el profesional Emilio Gordillo Angulo, quien comenzó su administración de manera oficial el 24 de octubre de 1964 y concluyó el 24 de octubre de 1969.

El 1 de mayo de 1984, con la Resolución N.º 001-84-AE-UNAP, ha sido aprobado y emitido el Estatuto General de la UNAP; por medio de él la universidad ha organizado un sistema de aprendizaje con 9 facultades: Agronomía, Ciencias Administrativas y Contables (actualmente Ciencias Económicas y de Negocios), Ciencias Biológicas, Ciencias de la Enseñanza y Humanidades, Ingeniería Forestal

(ahora Ciencias Forestales), Enfermería, Ingeniería en Industrias Alimentarias (en esta época, Industrias Alimentarias), Ingeniería Química y Medicina Humana. Con la resolución del Consejo Directivo N.º 012-2019-SUNEDU/CD del 31 de enero de 2019, la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria concedió la licencia institucional con impacto de 8 años, lo cual le posibilita brindar enseñanza universitaria en el territorio, luego de manifestar el respeto de las condiciones primordiales de calidad según lo solicitado por la Ley N.º 30220.

La investigación se realizó presencialmente, mediante entrevistas individuales a ocho directivos de la universidad, los cuales se encuentran en capacidad de tomar decisiones sobre la gestión de la institución.

3.4. Participantes

Hernández-Sampieri y Mendoza (2014) indican que es el grupo de personas, eventos e incidentes de los cuales se recolectará información, sin ser considerados parte de una muestra estadística representativa poblacional a indagar. Además, dicen el hecho de que la magnitud de la muestra no es pertinente, pues el interés del investigador busca ahondar en las causas que ayudan en la comprensión del problema de indagación y la función de contestación a las cuestiones de la indagación. Por su lado, Ñaupas et al. (2018) asegura que una muestra es aquella parte poblacional que tiene los aspectos importantes para el análisis.

En esta investigación se logró que ocho autoridades de la universidad, de diferentes responsabilidades institucionales, participen en la entrevista programada para la recolección de información.

La indagación se desarrolló con la participación de directivos de la universidad. Se presentó el instrumento a ocho directivos con capacidad de elección presentes en los locales de la universidad establecidos en las provincias de Maynas, Iquitos y San Juan Bautista, San Juan.

Como muestra Ñaupas et al. (2018), este análisis usó un modelo de muestreo intencional o deliberado. Ser entrevistado, en crítica del investigador, supone que el individuo contribuirá al análisis. Esta clase de selección no se hace de manera objetiva, sino que se define por la vivencia del indagador y el razonamiento poblacional.

Tabla 2*Codificación de participantes*

Sujeto	Cargo o función	Código
1	Rectorado	D1
2	Vicerrectorado de Investigación	D2
3	Oficina de Comunicación e Imagen Institucional	D3
4	Oficina Central de Calidad Académica Acreditación y Certificación	D4
5	Oficina General De Investigación	D5
6	Oficina Central de Administración de Recursos Humanos	D6
7	Oficina de Tesorería	D7
8	Área de Remuneraciones de Recursos Humanos	D8

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En las indagaciones cualitativas se necesita recolectar información de las personas para aprender sus diferentes conocimientos, vivencias y percepciones. Al respecto, Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) aseguran que la cosecha de datos se hace en un escenario natural que es común a los involucrados, además aseguran que la esencia de los métodos cualitativos es que el indagador, por medio de diferentes trazas y técnicas, recolecta datos de distinta naturaleza usando diversas herramientas como la oral, redactada, visual y auditiva.

La entrevista constituyó una técnica de extenso valor en el devenir de la investigación cualitativa, ¿Por qué se otorgó esta apreciación a la entrevista? Porque, de la misma forma que lo aseguró Janesick (1998, citado en Hernández, et al., 2010), “en la entrevista, por medio de las cuestiones y respuestas, se consigue una comunicación y la obra conjunta de significados en relación a un

tema”.

Por su parte, Mendoza y Esparragoza (2019) afirmaron que el propósito de la recolección de datos es recabar conocimientos detallados y relevantes sobre las actividades, circunstancias, puntos de vista y experiencias de una persona, y también señalaron que el investigador asume un rol primordial, por lo que es un observador, en posición de análisis, crítica y razonamiento, descartando sus creencias o prácticas de su vida personal, en la que cuenta con diversas herramientas y técnicas que le permiten categorizar la información.

En el mismo sentido, este trabajo de investigación consideró la aplicación de una guía de entrevista semiestructurada o dirigida, la que se aplicó a autoridades y funcionarios con capacidad de decisión dentro de la universidad (Hernández et al. 2010). Las respuestas se traducen en la línea proporcionada por los entrevistados, por lo que las preguntas siempre se plantean en el mismo orden.

3.6. Procedimiento

Se aplicó la contrastación, explicación y triangulación de datos. La triangulación de datos incluye otros elementos durante el proceso de investigar, para lo que se tuvo en cuenta lo expuesto por Sampieri (2010): “Al hecho de utilizar diferentes fuentes y métodos de recolección, se le denomina triangulación de datos”.

La recolección de información en la investigación cualitativa, según Escudero y Cortez (2018), incluye la identificación de situaciones o fenómenos emergentes y cambiantes, ya que deben ser consistentes con los nuevos efectos alcanzados en el recorrido del programa de indagación.

En esta investigación, el proceso de recolección de datos fue el siguiente: las entrevistas se organizaron para ser desarrolladas presencialmente. En una sesión individual de media hora, se delinearon textos de Word y se seleccionó la adquisición significativa para su estudio haciendo uso de procedimientos de códigos y clasificación.

Además, se valoró la conveniencia de tener diversos ingresos de información y procedimientos de colección de datos. En la entrevista cualitativa se tiene más activos, en la amplitud y hondura de los datos, si se originan de diversos actores

del proceso, de diferentes fuentes y usando más procedimientos de recolección de datos. Entonces, este es el procedimiento usado para el análisis cualitativo involucrando a más personas o diferentes observadores y diferentes fuentes de datos, lo cual otorga una garantía de confiabilidad y nos posibilita confirmar los resultados a lo largo del trabajo de campo.

Asimismo, Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) abordan un proceso explicativo principal, que incluye la triangulación de datos, que se define como la utilización de diferentes fuentes o procedimientos de recolección. Además, aseguran que esto se hace para correlacionar los datos recolectados de diferentes actores; por consiguiente, la encuesta desarrollada se secundará en la triangulación de datos, debido a que muestra la fiabilidad y fiabilidad de lo llevado a cabo.

3.7. Rigor científico

En los criterios de investigación cualitativa se consideró las diferencias en interpretación y aplicación, así como la práctica ética y el compromiso del investigador, por lo que primó el trabajo de campo, el muestreo teórico junto con la integridad del investigador. Por eso se realizó y aseguró un buen logro al investigar practicando la triangulación de datos, ya que el punto focal evoca el rigor científico y es base para la investigación sólida.

Espinoza (2020) asegura que la precisión científica se transforma en un aspecto fundamental del procesamiento completo que se hace con los datos y se lleva a cabo en diversas fases que son la idealización, recolección y representación de contenidos. Necesita al investigador desarrollando con destreza las diversas estrategias, métodos y experimentos usados para el registro, procesamiento y estudio de los datos después de las búsquedas. Apremiar la calidad en los datos es labor del investigador, puesto que él establece y estima la calidad de los datos requeridos para hacer el procesamiento.

Toledo (2017) asegura que la severidad científica necesita garantizar la veracidad de la averiguación cualitativa. En esta vía, Salgado (2007) muestra que los criterios comúnmente aplicados para evaluar la calidad en la averiguación cualitativa y, por ende, su rigor en el método son la acreditación, fiabilidad, auditabilidad y portabilidad. Así, puede decirse que se asegura cierto nivel de

validez debido al rigor con el que se hace la encuesta. Otros autores han argumentado que la exactitud científica es confiable, o sea, los resultados de la averiguación son correctos y reales para estas personas que experimentaron o participaron del fenómeno en análisis.

En cuanto a la precisión científica, Hernández et al. (2014) asegura que en la indagación cualitativa se debería realizar un óptimo trabajo y respetar los criterios de un procedimiento de indagación, por lo cual se cumplen los cuatro juicios mencionados por los autores:

a) Dependencia, es decir, tener una coherencia razonable en los resultados obtenidos debido a que la información debe ser recolectada cuidadosamente a partir de entrevistas, observaciones y registros, por lo que se documenta cada acción realizada para demostrar que cada acción se ha realizado con cuidado.

b) Credibilidad, para tenerla es necesario comprender el verdadero significado de la experiencia del agente para transmitirla de manera honesta y confiable, y para crear enlaces.

c) La transferencia hace referencia al hecho de que, si los resultados de la indagación tienen la posibilidad de aplicarse en otros entornos, o sea, tienen la posibilidad de usarse para obtener un entendimiento más profundo sobre el asunto que se está estudiando y, por consiguiente, tienen la posibilidad de usarse como punto de inicio para el aprendizaje. Para eso se tienen que detallar los competidores y los resultados logrados.

d) Confirmación, por medio de la cual se refuerza lo creíble para mostrar que se han limitado los rumbos y orientaciones que el investigador pudiera ocasionar.

3.8. Método de análisis de datos

Con los datos recopilados a través de la entrevista se logró el soporte completo para obtener respuestas a las preguntas formuladas para el desarrollo de la investigación. Del mismo modo, al aplicar el instrumento se creó un entorno de confianza para que el entrevistado se sienta cómodo y proporcione la información requerida. Las respuestas obtenidas se consideraron correctas, aunque parezcan sin relación; el mismo criterio se utilizó en la discusión y análisis correspondiente. Esta actitud proporciona no solo confiabilidad, sino también una garantía para los encuestados al mostrar que sus respuestas eran interesantes, importantes y lo

principal es que debían sentirse muy libres en sus respuestas para que cada pregunta sea transparente y espontánea. Se indicó que todas las respuestas que se registraron se utilizarán para el análisis. Luego se realizó el análisis, es decir, la revisión del registro, el ejercicio de categorizar la información para determinar las respuestas como soporte de búsqueda, incluida la asignación de categorías a cada parte de la información. La evaluación se usó para determinar la importancia de cada idea que fue reportada, pues cuando este análisis se hizo en detalle se trabajó validando y utilizando las referencias citadas en el estudio.

Adicionalmente, Urbano (2016) dice que en la indagación cualitativa la investigación de información es un modo difícil y que necesita un largo tiempo, debido a que se recolecta mucha información, por lo cual se necesita usar herramientas importantes que permitan la recolección de datos importantes y la utilización del cifrado inmediatamente. Schettini y Cortazzo (2015) sostienen que el estudio de datos involucra la utilización conveniente de la información, tomando en cuenta la interacción entre el procedimiento de estudio y 4 puntos relevantes como costo interno y externo, representación, teorización y fiabilidad.

Tabla 3

Operaciones de análisis y descripción

Operación
Clasificación y sistematización
Orden y categorización
Construcción de relaciones
Construcción de confluencias de causa y esquema de interpretación

Schettini y Cortazzo (2015) recomiendan no perder de vista los aspectos teóricos en el proceso de estudio de datos cualitativos, ya que deben profundizarse con los datos obtenidos. La experiencia ayudará a revisar la teoría.

3.9. Aspectos éticos

Fue importante dedicar atención a los elementos éticos, generar confianza y

cooperación para lograr los objetivos de la investigación. También se actuó con responsabilidad comunitaria para evitar escándalos con el procedimiento. Siempre se tuvo en cuenta los principios morales como el respeto, los derechos y la justicia, así como la condición de confiabilidad y se anunció que estas entrevistas se utilizarán en una investigación para el desarrollo del servicio. Noreña et al. (2012) indica que los desarrolladores de la averiguación tomen en cuenta ciertos criterios éticos al diseñar estudios y recopilar datos acerca de la práctica del consentimiento reportado, la administración de la confidencialidad y los peligros potenciales que los involucrados de la averiguación tienen la posibilidad de confrontar. Además, todo debería estar integrado en la propuesta del problema, referencias teóricas, rutas de cosecha de información y difusión de consecuencias. Al ingresar al campo, los investigadores deben saber cómo realizar observaciones de los participantes, entrevistas y utilizar grabaciones de audio o video. De igual forma, se señaló a los participantes que su participación se mantendría en el anonimato.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Descripción de los resultados

Figura 1

Flujo de la conexión entre la auditoría de la comunicación interna y la calidad educativa en una universidad pública licenciada.

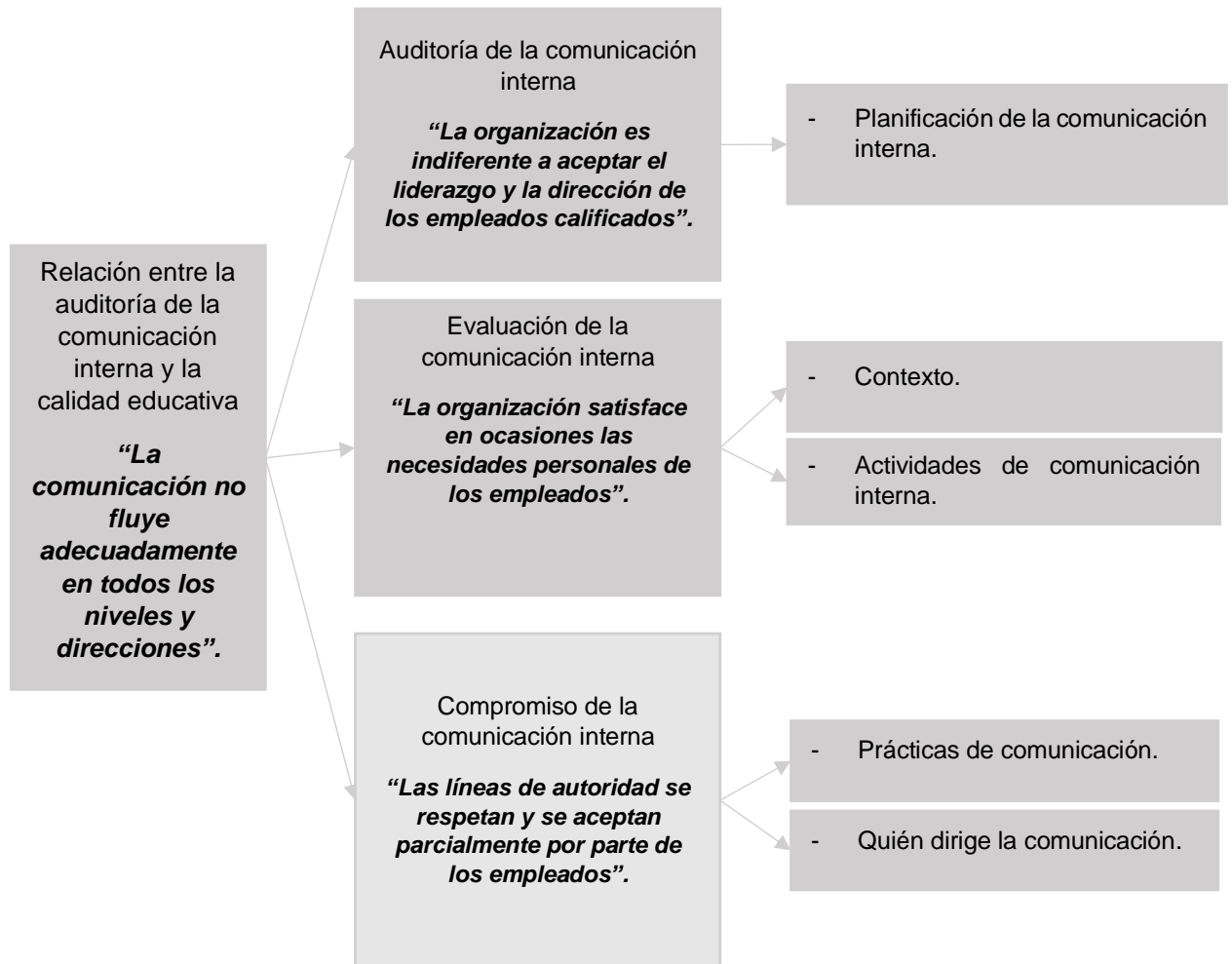


Tabla 4

Matriz de triangulación de entrevistas de los directivos

Objetivos específicos	Preguntas	D 1	D 2	D 3	D 4	D 5	D 6	D 7	D 8	Comparación		Interpretación	
										Semejanza	Diferencia		
¿Qué grado de relación existe entre la dimensión de evaluación de la comunicación interna con la calidad educativa de la Universidad	1.-La organización que dirige ¿de qué tipo es? 2.- ¿Cuáles son los productos o servicios que brinda?	Pública.	Pública.	Pública.	Pública.	Pública.	Pública.	Pública.	Pública.	Pública.	Todos coinciden.	Ninguna	Todos saben el carácter de la organización.
		Educación, investigación, responsabilidad social.	Servicio educativo superior.	Gestión de la investigación científica, monitoreo y apoyo de la investigación	Servicio educativo de calidad a bajo costo.	Servicio educativo.	Académico y formación académica.	Educación. Investigación. Proyección social (Institucional). Ejecución	Formación profesional pregrado.	Educación, investigación y responsabilidad social.	No hay gran diferencia.	Tienen una idea clara sobre el producto que ofrecen.	

ad Nacional de la Amazonía Peruana 2021?				científica que se desarrolla en la UNAP.				ón de gastos e ingreso s (Tesorería).				
3.-Las normas y políticas a seguir en la organización ¿quién las define?	Asamblea universitaria, Consejo universitario.	Las define el rector con su oficina de planificación.	Las normas las define el consejo universitario y las políticas lo define la asamblea universitaria.	El estatuto de la universidad	El estado. El consejo universitario. Rectorado.	En blanco.	La institución está manejada por el MINEDU y cada sistema administrativo tiene sus normas y las políticas por la alta dirección.	La alta dirección (Asamblea universitaria).	Asamblea universitaria y Consejo universitario.	Algunos personalizan en el rector y el D7, en el MINEDU.	Existe confusión sobre quién establece las normas y políticas de la UNAP.	
4.- ¿Los valores fundamentales en los que se	3 Confianza, respeto, solidaridad	Confianza, respeto, solidaridad	Honestidad. Comunicación abierta.	Comunicación abierta.	Confianza. Respeto. Honestidad.	Respeto. Comunicación abierta.	Confianza. Respeto.	Honestidad. Servicio al usuario.	Confianza, honestidad y respeto son los	Solo el D8 señala el servicio al usuario	Es evidente que las relaciones	

basa la organización a la que pertenece son?			Responsabilidad con la sociedad.				Honestidad.		valores más señalados.	como un valor.	interpersonales son las más valoradas.
5.- ¿Las 3 creencias que la organización define como más importantes son?	De mejora, servicio al cliente, calidad	De mejora, calidad, comunicación.	Calidad. Iniciativa y creatividad .	Calidad.	Servicio al cliente. Calidad. Iniciativa y creatividad .	Calidad.	De mejora. Servicio al cliente. Iniciativa y creatividad.	Servicio al cliente. Cumplimientos de los objetivos estratégicos.	Calidad y servicio al cliente son las creencias más asignadas.	Solo el D8 señala el cumplimiento de los objetivos estratégicos.	Se aprecia que la idea de calidad es valorada.
6.- ¿Su organización cuenta con planes y objetivos definidos a corto, mediano y largo plazo?	Sí.	En ocasiones.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí cuenta con planes y objetivos definidos.	Solo el D2 considera que en ocasiones.	Se concluye que los planes y objetivos son definidos.
7.- ¿La organización tiene metas definidas con claridad?	Totalmente de acuerdo.	Muy de acuerdo.	Muy de acuerdo.	Totalmente de acuerdo.	Muy de acuerdo.	Muy de acuerdo.	Muy de acuerdo.	Muy de acuerdo.	Muy de acuerdo.	Todos coinciden que tiene metas definidas.	Sí existen metas definidas.

	Totalmente de acuerdo.	Totalmente de acuerdo.	Indiferente.	Totalmente de acuerdo.	Muy de acuerdo.	Muy de acuerdo.	Totalmente de acuerdo.	Muy de acuerdo.	Existe consenso sobre la importancia de los objetivos.	Solo el D3 no valora los objetivos.	Se aprecia un amplio valor sobre la definición de objetivos.
8.- ¿Considera que los objetivos ayudan a definir las metas necesarias para alcanzar la misión de la organización?	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí cuenta.	No.	Se concluye que conocen el organigrama.
9.-Actualmente su organización ¿cuenta con un organigrama?	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí se delegan.	No.	Los directivos valoran la delegación.
10.- ¿Se delegan adecuadamente los deberes y responsabilidades?	Sí.	No.	No.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	La mayoría considera que sí.	Solo D2 y D3 opinan distinto.	La mayoría de los directivos consideran competentes.
11.- ¿Cada quién sabe lo que tiene que hacer?											

											tes a su equipo.
12.- ¿Las líneas de autoridad se respetan y se aceptan sin problemas por parte de los empleados?	Parcialmente de acuerdo.	Parcialmente de acuerdo.	Parcialmente de acuerdo.	Parcialmente de acuerdo.	Parcialmente de acuerdo.	Totalmente de acuerdo.	Parcialmente de acuerdo.	Parcialmente de acuerdo.	Casi todos consideran que las autoridades son parcialmente respetadas.	Solo el D6 discrepa.	Se coincide que los empleados a veces no respetan la autoridad.
13.- ¿Las relaciones con sus empleados son?	De respeto.	De cordialidad.	De respeto.	De respeto.	De cordialidad.	De respeto.	De cordialidad.	De respeto.	El trato personal es óptimo.	No.	Las relaciones interpersonales son buenas.
14.- ¿La comunicación con sus empleados, como la evalúa?	Muy buena.	Regular.	Muy buena.	Muy buena.	Muy buena.	Muy buena.	Muy buena.	Muy buena.	La mayoría considera buena la comunicación.	Solo el D2 considera regular la comunicación.	Se percibe que algún sector puede mejorar en la comunicación.

15.-	¿La comunicación fluye adecuadamente en todos los niveles y direcciones?	Sí.	No.	No.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	La mayoría considera que sí.	El D2 y D3 discrepan.	Es posible pensar que la comunicación puede mejorar.
16.-	¿Qué medios utiliza para comunicarse con sus empleados?	Medios escritos, verbal.	Comunicación interpersonal verbal, redes sociales, telefonía celular y móvil.	Contacto directo y a través de internet.	Verbal, escrito.	Comunicación directa (presencial). Virtual.	Celular y redes sociales.	Documento, celular, correo, presencial.	WhatsApp, mensaje de texto, celular, correo electrónico.	La mayoría usa la comunicación verbal directa además de las electrónicas.	D1, D4 y D7 usan la comunicación formal escrita y la verbal.	Se puede considerar homogeneizar el medio de comunicación.	
17.-	¿Los empleados tienen las habilidades que se necesitan en la organización?	Algunas veces.	Algunas veces.	Algunas veces.	Algunas veces.	Algunas veces.	Siempre.	Siempre.	Siempre.	5 directivos consideran que algunas veces los empleados tienen las habilidades necesarias.	3 directivos consideran que los empleados tienen las habilidades necesarias.	Se puede considerar reforzar las habilidades de los empleados.	

18.- ¿Se proporciona capacitación a los empleados?	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Pocas veces.	No.	No.	Sí.	5 directivos afirman que sí.	2 directivos dicen que no y uno que pocas veces.	Se aprecia que es posible considerar un plan de capacitaciones.
19.- ¿Los empleados utilizan las medidas de protección y seguridad dentro de la organización?	No.	Sí.	Sí.	No.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	La mayoría afirma que sí.	Los directivos 1 y 4 discrepan.	Es posible considerar un plan de sensibilización al respecto.
20.- ¿La organización satisface las necesidades personales de los empleados?	En ocasiones.	En ocasiones.	En ocasiones.	En ocasiones.	En ocasiones.	En ocasiones.	En ocasiones.	Sí.	La mayoría considera que en ocasiones.	Solo el D8 discrepa.	Es posible considerar recoger información sobre las necesidades personales.

21.- ¿La organización cuenta con estímulos económicos para los trabajadores?	En ocasiones.	En ocasiones.	En ocasiones.	En ocasiones.	No.	En ocasiones.	En ocasiones.	En ocasiones.	Sí.	La mayoría considera que en ocasiones.	D5 discrepa negando y D8 afirmando.	Es posible indagar más al respecto.
22.- ¿Se les reconoce el trabajo a los empleados y se les recompensa?	No.	En ocasiones.	En ocasiones.	Sí.	En ocasiones.	En ocasiones.	En ocasiones.	En ocasiones.	En ocasiones.	La mayoría considera que en ocasiones.	D1 lo niega y D4 lo afirma.	Se aprecia que no es algo constante.
23.-La organización tiene disposición de aceptar el liderazgo y la dirección de los empleados calificados.	Indiferente.	Muy de acuerdo.	Muy de acuerdo.	Muy de acuerdo.	Indiferente.	Indiferente.	Indiferente.	Totalmente de acuerdo.		La mitad está de acuerdo.	La otra mitad es indiferente.	Se aprecia que el liderazgo no es un valor compartido.
24.- ¿Le doy mantenimiento adecuado a las instalaciones, maquinaria y equipos?	Algunas veces.	Algunas veces.	Algunas veces.	Algunas veces.	Algunas veces.	Algunas veces.	Algunas veces.	Algunas veces.	Algunas veces.	Hay consenso con la idea de algunas veces.	No.	Se puede considerar un plan de

												mantenimiento.
25.-	¿Mis equipos funcionan adecuadamente?	Algunas veces.	Algunas veces.	Algunas veces.	Algunas veces.	Algunas veces.	Algunas veces.	Algunas veces.	Algunas veces.	Hay consenso con la idea de algunas veces.	No.	Se puede considerar un plan de mantenimiento.
26.-	¿Qué servicio esperan mis clientes?	Calidad del servicio, eficiencia del servicio.	Esperan un servicio de calidad.	El mejor servicio y de calidad, con buen trato.	Servicio de calidad en materia educativa.	De calidad.	En blanco.	Atención a breve paso en los diferentes trámites realizados.	Atención adecuada y sincera.	Se repite la idea de calidad.	El D6 no respondió.	Se observa que, aunque se menciona la calidad no se señala una única forma de materializarse este concepto.
27.-	En orden de importancia, enumera 5 de los requerimientos que el cliente solicita.	Calidad del servicio, amabilidad, oportunidad de entrega, atención oportuna,	Educación de calidad, buenos maestros, buena infraestructura,	Respuesta oportuna, apoyo necesario y a tiempo, servicio adecuado,	Calidad educativa. Respuesta al alumnado. Fomentar becas y	Atención inmediata. Servicio de calidad. Ética. Amabilidad	Sistematización y digitalización de información.	Recaudación a través de todos los canales	Solución a su requerimiento. Respeto. Que no se le engañe	La palabra más usada es calidad.	No hay grandes discrepancias.	Se observa que no existe uniformidad en el orden de

	menos burocracia.	modernos laboratorio s, optimizaci ón del tiempo de estudio.	trámites oportunos.	pasantías. Mayor número de vacantes. Más especialidades.	d. Respeto.		(APP, Web, cajero, agencia Multired . Infraestructura (Remodelación)	(sinceridad).			importancia.
28.- ¿Sé cuáles productos o servicios me brindan mayor utilidad?	Sí. La calidad.	Sí, Formación de profesionales competitivos.	Sí, Respuesta oportuna de las facultades.	Sí.	No.	En blanco.	Docentes calificados. Servicio, enseñanza.	Sí, calidad de servicio.	La calidad es la palabra más usada.	No hay grandes diferencias.	No hay unidad de criterio, aunque se repite el término calidad.
29.-Marca con una X las 3 razones o motivos por los que acude más el cliente a tu organización/institución.	La calidad del servicio (rapidez, eficiencia, atención esmerada).	El precio de los productos, la calidad de los productos, la calidad del servicio (rapidez, eficiencia, atención esmerada).	La calidad del servicio (rapidez, eficiencia, atención esmerada). Facilidad de horario.	Facilidades de pago (aceptación de cheques, tarjetas de crédito, rapidez en cobro). Cercanía y	La calidad del servicio (rapidez, eficiencia, atención esmerada).	En blanco.	Facilidad de horario.	La calidad del servicio (rapidez, eficiencia, atención esmerada).	La calidad es la palabra más usada.	No hay grandes diferencias.	No hay unidad de criterio, aunque se repite el término calidad.

		atención esmerada).		comodidad								
30.- ¿Sé qué servicios ofrecen mis competidores?	Sí.	Sí.	En ocasiones.	Sí.	Sí.	No.	En blanco.	Sí.	La mayoría dice que sí.	D3, D6 y D7 discrepan.	Parece no haber interés general por la competencia.	
31.- ¿Sé cuáles son mis ventajas competitivas respecto a mis competidores?	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	En blanco.	Sí.	La mayoría dice que sí.	Solo D7 deja en blanco la respuesta.	Es posible pensar que conocen sus ventajas.	
32.- Si contestaste afirmativamente la pregunta anterior, anota 3 de las ventajas.	Experiencia, eficiencia, amor al trabajo.	Somos una institución licenciada, somos una universidad pública gratuita, somos una universidad emblemática	Ubicación geográfica de la universidad. Una universidad licenciada en Loreto y Maynas. Presencia	Somos la única universidad en nuestro medio. Somos una universidad pública (costo mínimo). Diversidad	Universidad licenciada. Diversas especialidades (carreras profesionales). Servicio educativo de calidad.	En blanco.	En blanco.	En blanco.	La mayoría señala el éxito en el licenciamiento.	Tres directivos no responden.	El factor licenciamiento es muy valorado.	

		ca y prestigiosa	en toda la Región.	de profesiones.									
33.-Estoy enterado de los cambios que ocurren en la economía.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Todos afirman que sí.	No	Señalan estar enterados del entorno económico.	
34.-Conozco los impactos que los cambios económicos pueden tener en mi servicio.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	En blanco.	En blanco.	Sí.	Sí.	Sí.	La mayoría afirma que sí.	D5 y D6 no responden.	Se entiende que la mayoría está al tanto del entorno económico.	
35.- Qué acciones estratégicas realizo para disminuir el efecto de la crisis económica (Anota 3).	Planificar oportunamente, generar los proyectos, ejecutar y controlar eficientemente.	Instauramos una política de trabajo eco amigable, de poco uso o de reutilización de papel. La	Mejor control de los gastos en la institución. Manteniemento oportuno. Menor consumo	Replanteamiento de políticas internas. Cultura del ahorro en material de oficina. Suprimir los gastos	En blanco.	En blanco.	Reducir gastos. Economizar los servicios públicos.	Uso de tecnologías informáticas para disminuir costo papelería. Disminuir el	Sí.	Sí.	La mayoría señala alguna acción pertinente.	D5 y D6 no responden.	Se aprecia que no hay unidad en las acciones.

		<p>pandemia nos trajo una crisis global también en lo económico , que nos obliga a las clases virtuales que abaratan los costos del servicio educativo. Tratamos de gastar menos energía.</p>	<p>de energía – eco energía.</p>	<p>de publicidad.</p>				<p>consumo de energía eléctrica y de servicios públicos. Disminuci ón del uso de transporte masivo de ómnibus.</p>			
<p>1.- ¿Qué es la organización ahora?</p>	<p>Es generadora de educación de calidad.</p>	<p>Es una universida d pública prestigiosa , emblemáti ca, licenciada que da el servicio</p>	<p>Una universida d con una gran responsabi lidad de desarrollo y conservaci</p>	<p>Una universida d creada por ley 13498.</p>	<p>La UNAP es una comunida d académica orientada a la investigaci ón y a la docencia</p>	<p>En blanco.</p>	<p>Es un ente u organiz ación que se dedica a una determi nada activida</p>	<p>Una institución licenciada por la SUNEDU. Para ello necesaria mente tenemos que</p>	<p>La mayoría tiene un criterio.</p>	<p>D6 no responde.</p>	<p>Se aprecia que no hay unidad de criterio.</p>

<p>educativo superior de calidad, desarrolla actividad científica e implementa políticas de responsabilidad social.</p>	<p>ón de la Amazonía.</p>	<p>que brinda formación humanística, científica y tecnológica. Es persona jurídica de derecho público.</p>	<p>d social, ya sea pública o privada, cumple una función específica en la sociedad, que funciona a través de normativas y lineamientos.</p>	<p>cumplir con condiciones básicas y los recursos económicos son limitados o escasos, hacen que las instalaciones y equipos necesitan de mantenimiento y reparación para dotar de las potencialidades para un mejor servicio.</p>
---	---------------------------	--	--	---

2.- ¿Qué aspira a ser?	Generadora de conocimiento.	Aspira a ser una universidad con proyección internacional, acorde a la visión de las nuevas autoridades.	Investigador responsable y comprometido con el bienestar del poblador.	La mejor universidad del país, con el mejor servicio educativo y con un equipo de catedráticos muy bien preparados.	Una institución de calidad a nivel regional nacional e institucional.	En blanco.	Ser una organización que brinda servicio de calidad llevando a lograr las metas institucionales.	Contribuir con un granito de arena en el cumplimiento de los objetivos institucionales en un período de tiempo.	La mayoría tiene un criterio.	D6 no responde.	No existe unidad de criterio.
3.- ¿Hacia dónde se dirige?	Internacionalización de la UNAP.	Hacia una educación de calidad con estándar internacionales.	A obtener los requisitos necesarios para cumplir con mis metas.	A mejorar el nivel educativo de la región Loreto, proporcionando el mejor servicio educativo.	Hacia su máximo desarrollo.	En blanco.	Hacia la excelencia.	Afianzar y consolidar la institución en la región amazónica y en el país y el mundo.	La mayoría coincide en mejorar.	D6 no responde.	No hay unidad de criterio.
4.- ¿Qué se compromete a lograr la organización?	UNAP transfronteriza, UNAP empoderada internacional,	A formar profesionales de calidad, con	A dirigir los lineamientos y políticas	A crear más carreras profesionales, con	Servicios de calidad y mejorar las condiciones	En blanco.	Trabaja dores capacita dos y actualiz	Nos comprometemos a mejorar la calidad de	La mayor está consciente sobre mejorar.	D6 no responde.	No hay unidad de criterio.

	alta generación de conocimiento.	carreras que la región necesita, acorde a sus particularidades. A dar solución a problemas diversos con investigación científica y lograr el desarrollo de la región y el país, comprometido con la sociedad.	de investigaci ón de la UNAP.	objetivos de que sus jóvenes no vayan fuera de la ciudad y no cortar su sueño de una carrera universitaria.	s de vida de las personas de la región.	ados. Mantenerse dentro de las mejores . Brindar un mejor servicio a la comunidad universitaria.	atención al cliente.				
5.- ¿A qué problemática se ha enfrentado para mantener esta organización?	En blanco.	A la burocracia, la falta de unión, la comunicac ión con los públicos	Conseguir mayor recurso para los proyectos de	A muchas, pero con trabajo en equipo organizado , planificado	Al recorte presupues tal. A la adecuació n a la ley universitar ia	En blanco.	Muchos de los trabajad ores se enferman por COVID	A dar calidad en atención al cliente y a respetar los	La mayoría de los directivos han enfrentado desafíos diversos.	D1 y D6 no responden.	No parece haber una estrategia común frente a los desafíos.

			internos y externos que pretendem os mejorar.	investigaci ón.	se ha podido contrarrest ar diversos problemas.	(licenciami ento).		19, durante el tiempo de la pandem ia ni, siquiera desde sus casas podían cumplir con el trabajo, por tal razón no se ha cumplid o con los cronogr amas de pagos establec idos.	cronogra mas y/o plazos en el cumplimie nto de entrega de informaci ón requerida por los entes rectores.			
6.-	¿Qué cambiaría de la situación actual	Modernizació n y gobierno electrónico,	La identificaci ón de los	Una mejor distribució n del	Hay muchas cosas que	La infraestruc tura difusa	En blanco.	Trabajo coordin ado y	El uso total de la tecnología	La mayoría de los directivos	D6 no responde.	Se aprecia que es posible

que vive su organización?	UNAP empoderada internacional mente, aumento de publicaciones internacionales.	empleados con la institución, el compromiso, la responsabilidad y las comunicaciones internas y externas.	personal, dirigiéndolo hacia los institutos y laboratorios de investigación.	cambiar, más aún en la actual coyuntura que vivimos de pandemia.	(Locales en toda la ciudad).	organizado (autoridad, docente s y persona l administrativo).	para potenciar el seguimiento en línea de su servicio de trámite de su grado o título por el inadecuado y corruptible del actual trámite presencial sin tener una atención eficiente.	señalan diversos desafíos.	trabajar una estrategia para desarrollar respuestas coordinadas a los desafíos.
---------------------------	---	--	---	---	-------------------------------------	--	--	-----------------------------------	--

Nota. Aplicación de la guía de entrevistas.

Ahora se muestran los hallazgos conseguidos en la averiguación presente, desde las fuentes usadas, que fueron conversaciones en profundidad a ocho participantes, todos directivos de una universidad pública licenciada. El asunto central de la entrevista ha sido la comunicación interna en una universidad pública licenciada. Las incidencias que ocasionan en la administración de la organización con las expectativas de calidad devenidas del proceso de licenciamiento conocido. Cada participante comentó lo que sucedió con el ejercicio de comunicar en el proceso de administración de la organización licenciada.

Figura 2

Triangulación de la comunicación interna



Respecto a la meta general de la indagación que persigue comprender el vínculo presente entre la auditoría de la comunicación al interior y la calidad educativa en una universidad pública licenciada 2021, se encontró que, en términos de administración y calidad, existe una confusión sobre en quién recae la responsabilidad de establecer las normas y políticas para la organización. Del mismo modo, la organización tiene objetivos, programas y acciones estratégicas, los cuales son compartidos por todos; a este respecto, la mayoría de los directivos consideran que no todos, aun conociéndolos, hacen lo que se espera de ellos

según lo planificado. Por lo que se debería explicar los deberes y responsabilidades establecidos y la relación orgánica que cada parte tiene con el todo institucional. Adicionalmente se muestra una alta coincidencia en el bajo respeto por las líneas de autoridad dentro de la organización, este elemento puede entorpecer el cumplimiento no solo de los objetivos de corto y mediano plazo, también resulta un desafío para los objetivos que en promedio son de largo plazo; de igual forma, nos permite señalar algunas necesidades estratégicas en el campo de las actividades y productos de comunicación interna de alcance general, porque en su gestión existen factores relacionados con el funcionamiento flexible de los recursos humanos, el clima laboral y la productividad, por lo que el desempeño económico de la organización depende en parte de ello (Peña y Batalla, 2016).

El flujo de información interna debe ser mejorado porque su misión es apoyar culturalmente el proyecto organizacional respondiendo a un intercambio de mensajes planificado en la empresa y debe lograr el objetivo pensado previamente.

Como se ha demostrado, la gran mayoría de los directivos han dejado ver que la administración de la institución está inspirada en la búsqueda de la calidad, pero no parece tratarse de un concepto con una sola definición. De la misma forma se puede señalar que la idea de calidad debería manejarse desde una sola perspectiva, toda vez que eso haría posible que su materialización en el servicio pudiese ser medida con similares parámetros o indicadores.

En el Perú, la definición sobre la calidad educativa de educación superior ha sido adoptada en la Política de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior Universitaria y es lo que la Sunedu denomina calidad adaptada a un propósito (Sunedu, 2015). Eso es, la calidad se define como el grado de concordancia entre las acciones realizadas por la universidad o programa académico para llevar a cabo las directrices contenidas en la misión y metas de la institución, y los resultados de estas acciones.

Es importante mencionar que esta definición de fines institucionales debe tomar en cuenta dos aspectos: consistencia por fuera y consistencia por dentro. El primero es modificar los requisitos al entorno externo (el mercado laboral, la comunidad académica y el entorno social y económico de los específicos centros

de educación superior), asegurando la pertinencia de los objetivos y permitiendo comparaciones entre instituciones y programas. Por su parte, el segundo consiste en traducir los requisitos mencionados anteriormente de acuerdo con las prioridades y principios de una institución de educación superior que le permiten proponer, innovar y ampliar incentivos en el sistema de educación superior (Sunedu, 2015).

Respecto al primer objetivo específico, comprender la relación del aspecto evaluativo de la comunicación interna con la calidad educativa en una universidad pública licenciada, 2021, se encontró que, en términos de gestión, medios y calidad, los directivos encontraron que hay falencias y heterogeneidad en la comunicación.

En la universidad, en un contexto de pandemia, no existe un medio digital formal que permita la comunicación y coordinación de las acciones de gestión y mejorar los productos y servicios entregados con los esquemas de calidad deseados. Como señalan Cuenca y Verazzi (2018), cuanto más información tiene una persona, más emocionada estará y hará su trabajo de forma precisa y eficiente, porque comprenderá y dará más sentido a su misión. A partir de esta última meditación, se puede sentir que la comunicación interna es la base para una mejor comunicación con el exterior. Al final, no importa quién sea el responsable, la gestión, tanto de la comunicación interna como externa, son espacios de comunicación complementarios.

Figura 3

Triangulación del compromiso de la comunicación interna



- D1
- D2
- D3
- D4
- D5
- D6
- D7
- D8

Sobre el segundo objetivo específico, comprender la relación de la dimensión compromiso de la comunicación interna con la calidad educativa en una universidad pública licenciada, 2021, se encontró que se puede determinar que todos le otorgan valor al componente de comunicación, fundamentalmente a la comunicación interpersonal. De hecho, aquí es donde se hace evidente las prácticas dominantes en el ejercicio comunicacional. Seguro que todos los que componen una organización, de una forma u otra, afectan en la construcción de la “realidad” porque de la misma manera que todo comunica, todos comunican. Entonces, desde este punto de vista, todos somos comunicadores y tenemos responsabilidades relacionadas a ello. Desde la oficina de comunicación e imagen institucional, el desafío es capacitar a cada empleado en su rol de personas que se comunican y proporcionar las habilidades necesarias para la comprensión de su responsabilidad como tal (Verazzi, 2017b). En otras palabras, todos los que crean comunicación tienen un impacto en ese componente sobre la información, motivación, relación, lo deseen o no (Vector C, 2017b). En este sentido, si todos tienen un efecto, todos son muy responsables.

En cuanto a las prácticas de comunicación y quién dirige la comunicación, se encontró que en relación con el diseño de las políticas a seguir se evidencia problemas y confusión a la hora de considerar quién es el responsable de definir las.

Esto muestra que hay problemas relacionados con la gestión, pues no todos coinciden en asignar al responsable de las definiciones. Asimismo, hay problemas a la hora de asignar responsabilidades, ya que la mayoría de los directivos señalan a la Asamblea Universitaria y al Consejo Universitario, incluso uno de ellos menciona que la institución está manejada por el Minedu y otro dice que, por el estatuto de la universidad, el cual establece que la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional es el órgano asesor responsable de planificar, fortalecer y coordinar la imagen corporativa de la universidad. Asimismo, se encarga de la difusión de las actividades académicas, científicas, culturales o sociales que realicen los miembros de la comunidad universitaria. Por tanto, es importante que de ella emanen las orientaciones y acciones de comunicación, al mismo tiempo que se ejecuten con el respaldo de las demás autoridades para su éxito.

Un detalle interesante es que el trabajo es dinámico porque todavía no hay un principio acordado. El doble papel de las comunicaciones internas la hace responsable de los mensajes, así como de la cultura y los valores; en las organizaciones esta función se transforma repetidamente y va de un lado a otro, todo depende de cómo la alta dirección entienda el rol de la comunicación interna y en qué debe enfocarse.

Cuenca y Verazzi (2018) señalan que en organizaciones de nivel pequeño y empresas medianas siempre son el gerente, el director o los propios propietarios los que se hacen responsables de las comunicaciones internas. De cualquier manera, no importa quién sea el responsable, pues para este trabajo el éxito de las comunicaciones dependerá principalmente, y en gran medida, de las situaciones originadas en la alta dirección y su compromiso, de forma que, cuánto y cómo, estará en función del permiso de gestión.

V. CONCLUSIONES

- 1) Comprender la relación de la dimensión evaluación de la comunicación interna con la calidad educativa de una universidad pública licenciada, 2021. La gran mayoría de los directivos señala que la comunicación con sus subordinados es muy buena y que esta fluye adecuadamente en todos los niveles y direcciones, salvo uno de ellos que la califica de regular o niega esta realidad. No le otorga el calificativo de mala y parece tratarse de una particular circunstancia, por lo que la comunicación se produce efectivamente a pesar de los inconvenientes que se presentan.
- 2) En cuanto a comprender la relación de la dimensión compromiso de la comunicación interna con la calidad educativa de una universidad pública licenciada, 2021, se puede concluir que la comunicación personal o directa es la que predomina, pues es en la que se fundamenta el flujo de información dentro de la universidad. Esta realidad evidencia que se entiende lo importante que es que todos los empleados estén informados, que sepan cuáles son los canales de comunicación y que deben actuar con responsabilidad porque lo que dicen y hacen tiene un impacto en su contexto.
- 3) En cuanto a comprender la conexión que hay entre la auditoría de la comunicación interna y la calidad educativa en una universidad pública licenciada, 2021, mencionaron tener presente que el factor calidad en el servicio es muy importante. La palabra calidad relacionada con sus responsabilidades es de uso frecuente. No se percibe que el término calidad tenga una sola definición, pero es claro que se relaciona con la naturaleza del servicio y que guía el quehacer de los colaboradores.

VI. RECOMENDACIONES

- 1) Para el Ministerio de Educación, para una concordancia más sólida y sostenible, tanto para los directivos como para los administrativos, una condición básica de calidad adicional que permita evaluar mínimamente el ejercicio y la gestión de la comunicación interna y que verifique el esfuerzo institucional por comunicar al interior de la organización el concepto de calidad en relación con sus objetivos institucionales.
- 2) A los jefes de universidades, para que avalen y ayuden el desempeño de los encargados de comunicación y logren un entorno propicio en todos para que asistan a la ejecución de los modelos de flujos de contenidos con confianza.
- 3) Para los responsables de intercambio de información, que continúen actualizándose con más conocimientos sobre planificación y estrategias en comunicación. Lo principal es establecer objetivos específicos para el desarrollo de una estrategia para la comunicación interna, también conexiones internas específicas. Entonces, habrá diferentes etapas en el desarrollo del trabajo, puntos claves, un canal, trabajos y formación para medir después los efectos. Todo esto dará lugar a una evaluación de conformidad con los objetivos institucionales.
- 4) Los responsables de comunicación no solo deben prestar atención a los resultados, también deben estudiar sobre lo importante que es escuchar y organizar antes de planificar y definir la estrategia. Una organización, además de conocer la naturaleza de su servicio, debe conocer a sus empleados y sus opiniones, sus gustos, necesidades, expectativas, motivos, su comportamiento y la cultura en la que trabajan. En esto debe sostenerse las bases necesarias para una comunicación eficaz.

VII. PROPUESTAS

7.1 Propuesta para la solución del problema

7.1.1. Generalidades

Región:	Loreto
Provincia:	Maynas
Localidad:	Distrito de Iquitos
Instituciones:	Universidad Nacional de la Amazonía Peruana

A. Título del proyecto

Taller de planificación estratégica: “Planificando la comunicación”

B. Territorio

Región Loreto

7.1.2. Favorecidos

A. Directos: administrativos y jefes de la universidad.

B. Indirectos: usuarios de los servicios de la institución, matriculados y padres de familia.

7.1.3. Motivo

Los directivos y administrativos que deben desarrollar los servicios para cumplir con éxito los requerimientos de los estudiantes han enfrentado de manera correcta el proceso de licenciamiento. Esto ha generado una marcada sensibilidad frente a la necesidad de actuar buscando la calidad en sus labores; además, el proceso de licenciamiento ha despertado en ellos la inquietud de evaluar sus acciones en función del servicio que desarrollan para los usuarios, por lo que tienen que conocer los objetivos institucionales para que este factor guíe su desempeño. Todo esto hará posible manejar un concepto homogéneo y compartir criterios de evaluación a la hora de responder por sus acciones. Ahora son conscientes del valor de la calidad, pero no manejan un criterio uniforme al respecto, y eso pone en riesgo su rendimiento al enfocarse en aspectos que no son prioritarios para la institución.

Por eso, es importante programar un taller con actividades que, a través de dinámicas, intercambios y conversación, permitan conectarse con las otras direcciones para conocer las expectativas en relación con sus desempeños y homogeneizar criterios sobre la calidad esperada.

7.1.4. Descripción de la problemática

Los directivos tienen a la universidad como un reflejo de su desempeño, por lo que se esfuerzan en tener éxito en sus responsabilidades y relaciones, las que se extienden

más allá del espacio laboral y se expanden al ámbito social. En el contexto actual, el final exitoso del proceso de licenciamiento, un aislamiento social forzado, así como restricciones de aforo y movilidad, estas aspiraciones por la calidad deben fomentarse para que los involucrados puedan validarse, sentirse tranquilos y materializar la aspiración por la calidad que persiguen en sus labores.

7.1.5. Efecto de la proposición en los favorecidos directos e indirectos

A. Efecto de la propuesta en los favorecidos directos

Las consecuencias de este estudio muestran que los directivos se ven comprometidos con la aspiración de la calidad en el servicio. Por eso, es necesario brindar el espacio necesario para compartir experiencias e inquietudes sobre el desempeño de sus funciones y así unificar criterios sobre el concepto de calidad para hacer su arduo trabajo conociendo que sus logros van en concordancia con los objetivos institucionales.

B. Efecto de la propuesta en los favorecidos indirectos

Unificando criterios, los directivos podrán mejorar sus relaciones con sus colaboradores, estudiantes y padres.

7.1.6. Metas

A. Meta general

- Realizar dinámicas que faciliten definir los objetivos de comunicación interna para que los directivos y administrativos puedan identificar homogéneamente lo que hay que lograr.
- Fomentar la discusión informal para que los directivos y administrativos puedan señalar cómo se van a lograr los objetivos.
- Detectar los temas que tienen que priorizarse, las zonas que requieren comunicación interna y cómo abordarlas, y sus requerimientos. Esto se logrará si se parte del mensaje primordial: qué saber, entender, sentir y hacer.

7.1.7. Resultados esperados

Tabla 5

Logros perseguidos

Meta específica	Posibles resultados
1. Desarrollar dinámicas, que faciliten definir los objetivos de comunicación interna para que los directivos y administrativos puedan identificar homogéneamente lo que hay que lograr.	Las directivos y administrativos de la universidad definirán los objetivos de comunicación que responderán a los objetivos institucionales y serán compartidos por todos de manera homogénea.
2. Fomentar la discusión informal para que los directivos y administrativos puedan señalar cómo se van a lograr los objetivos.	Directivos y administrativos compartirán, escucharán y entenderán a su contraparte y las formas más eficaces de lograr los objetivos señalados.
3. Partiendo del mensaje principal: qué saber, comprender, sentir y hacer, será posible identificar los temas que deben priorizarse, las áreas que necesitan comunicación interna y cómo abordarlas, y sus requerimientos.	Se capacita a 69 directivos y administradores en estrategias de comunicación interna para que puedan llevar a cabo sus responsabilidades sobre una base común del concepto de mejora continua en beneficio de los alumnos, padres y también a nivel personal.

7.1.8. Presupuesto para poner en funcionamiento la propuesta

Tabla 6

Presupuesto para poner en funcionamiento la propuesta

Insumos	Detalle	Número	Precio por unidad	Precio total
Personas	Capacitador	2		500
	Facilitador	2		500
Materiales	Papelote	10	-----	-----
	Plumones	10	-----	-----
	Lapiceros	10	-----	-----
	Masking tape	15	-----	-----
Sub total			S/	1000
Servicios				
	Fotocopias	500	0,05	25
Total			S/	1025

Nota. Los gastos serán solventados por la institución.

REFERENCIAS

- Abadía, H. y Vaca, A. (2014). Hacia un modelo de auditoría de la comunicación organizacional: Las universidades colombianas como caso de estudio. *ALAIC. Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación*, 12, 1-24. <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2014/11/GT2-Abad%C3%ADa-Vaca.pdf>
- ADECEC (1997). *El libro práctico de la comunicación y de las relaciones públicas. El por qué y el cómo de una profesión apasionante*. Ediciones Folio.
- Álvarez, J. T. (2012). *Manejo de la comunicación organizacional. Espacios, herramientas y tendencias en gestión de negocios*. Ediciones Díaz de Santos.
- Álvarez Domínguez, T. y Caballero Hueso, M. (1997). *Vendedores de imagen: los retos de los nuevos gabinetes de comunicación*. Paidós Ibérica.
- Aquino, G. (2018). *Estrategias de comunicación y organización institucional en la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea: evolución y retos en la comunicación interna y comunicación externa a través de la oficina de comunicación (2012-2017)* [Tesis doctoral]. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/32183/TESIS_%20AQUINO_PASCUA_L_GLEMNY%20Y.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ballester-Espinosa, A. (2020). *La comunicación de las administraciones públicas españolas en el siglo XXI*. [Tesis doctoral]. Universidad de Navarra. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/58866>
- Berceruelo, B. (2014). *Nueva comunicación interna en la empresa*. Editorial Estudio de Comunicación.
- Castillo, M. (2009). *Utilización de los métodos de pretest para la evaluación de los cuestionarios en la investigación mediante encuestas* [Tesis doctoral]. Universidad de Granada. <http://hera.ugr.es/tesisugr/18595820.pdf>
- Cevallos, D., Moreno, R. y Cevallos, R. (2018). Importancia de la auditoría de comunicación interna en las organizaciones. *Revista Espacios*, 39(42). <http://www.revistaespacios.com/a18v39n42/a18v39n42p37.pdf>

- Cuenca, J. y Verazzi, L. (2018). *Guía fundamental de la comunicación interna*. Editorial UOC.
- Cuenca-Fontbona, J., Matilla, K. y Compte-Pujol, M. (2020). Transformación digital de los departamentos de relaciones públicas y comunicación de una muestra de empresas españolas. *Revista de Comunicación*, 19(1), 75-92. <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A5>
- Chango, M. (2019). El problema metodológico de la investigación contable: una fundamentación basada en los enfoques positivista e interpretativo. *Revista de Ciencias Administrativas y Economía*, 2(2), 142-151. <http://investigacion.utc.edu.ec/revistasutc/index.php/prospectivasutc/article/view/273/213>
- Escudero, C. y Cortez, A. (2017). Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952.
- Escudero, C. y Cortez, L. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodoscualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf>
- Espinoza Freire, E. (2020). *La investigación cualitativa, una herramienta ética en el ámbito pedagógico*. 2017(1), 1–9.
- Gil, M. A. (1999). *Dirigir y organizar en la sociedad de la información*. Pirámide.
- Gil, Á., León, J. y Morales, M. (2017). Los paradigmas de investigación educativa, desde una perspectiva crítica. *Ekp*, 13(3), 1576-1580.
- Gómez de la Fuente, M. (2012). *Auditoría de comunicación en las organizaciones. Aplicación de un modelo en dos organizaciones del noroeste de México*. <https://minerva.usc.es/xmlui/handle/10347/7512>
- González Guitián, M. (2015). *Auditoría de información y de conocimiento en las organizaciones. Diseño y aplicación de una metodología integradora* [Tesis doctoral]. Universidad de Granada. <https://hera.ugr.es/tesisugr/24940082.pdf>
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.

https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=5A2QDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metodologia+de+la+investigacion+roberto+sampieri&ots=TjTgUWUoE5&sig=4pB9KOGUJaydxelH8eCVCpcKJKw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false%0Ahttps://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64018215/M

Hernández-Sampieri, R., Fernández, A. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill.

Herrera, J., Guevara, G. y Munster, H. (2015). Los diseños y estrategias para los estudios cualitativos. Un acercamiento teórico-metodológico. *Gaceta Médica Espirituana*, 17(2), 120-134. <http://scielo.sld.cu/pdf/gme/v17n2/GME13215.pdf>

Johnsson, H. (1991). *La gestión de la comunicación. Guía profesional*.

La Roda, A. (2016). *La comunicación interna de la calidad en la Universidad española. Propuesta de un modelo teórico transmedia*. [Tesis doctoral]. Universidad CEU Cardenal Herrera. https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/8532/1/La%20comunicaci%C3%B3n%20interna%20de%20la%20calidad%20en%20la%20universidad%20espa%C3%B1ola_propuesta%20de%20un%20modelo%20te%C3%B3rico%20transmedia_Tesis_A%C3%ADda%20La%20Roda%20G%C3%B3mez.pdf

Mendoza González, J. y Esparragoza Bermejo, N. S. (2019). *Educación: aportaciones metodológicas*. [https://uo.edu.mx/sites/default/files/revista/recurso/Educacion-aportaciones metodológicas.pdf](https://uo.edu.mx/sites/default/files/revista/recurso/Educacion-aportaciones%20metodologicas.pdf)

Noreña, A., Alcaraz, N., Guillermo, R., & Rebolledo, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Steroids*, 28(2), 143–157. [https://doi.org/10.1016/0039-128X\(76\)90106-9](https://doi.org/10.1016/0039-128X(76)90106-9)

Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación*.

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., y Romero, H. (2018). Metodología de la investigación. Ediciones de la U. <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-cuanti-y-cuali-Humberto-Naupas-Paitan.pdf>

Pacheco, M., Zapata, L. y Albán, A. (2018b). La auditoría de comunicación interna. *Universidad y Sociedad*, 10(3), pp. 277-283.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202018000300277

- Pacilio, J. y Rudolph, E. (1973). *An Overview of ECCO (Episodic Communication Channels in Organization) Methodology*.
<https://catalogue.nla.gov.au/Record/5244894>
- Peña, B. y Batalla, P. (2016). *Dirección de comunicación y habilidades directivas*. Editorial Dykinson.
<https://books.google.com.pe/books?id=8lwSDQAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Pereira Villazón, T., Portilla Manjón, I. y Rodríguez Salcedo, N. (2019). *Big data y relaciones públicas. Una revisión bibliográfica del estado de la cuestión*. *Revista de Comunicación*, 18(1). <https://doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A8>
- Salgado, A. (2007). Evaluación del rigor metodológico y retos. *Liberabit*, 13(1729-4827), 71–78. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68601309>
- Salo, N. (1997). La auditoría de comunicación (I). *Capital Humano*, (105), 18.
- Schettini, P. y Cortazzo, I. (2015). *Análisis de datos cualitativos en la investigación social. Procedimientos y herramientas para la interpretación de información cualitativa*.
<https://doi.org/10.35537/10915/49017>
- Sotomayor, J. (2021). *El impacto positivo de la comunicación interna en la acción directiva de los gerentes de proyecto desde la filosofía y coordinada teórica de Leonardo Polo* [Tesis doctoral]. Universidad de Piura.
- Sunedu (2015). *El modelo de licenciamiento y su implementación en el sistema universitario peruano*. Sunedu.
- Sunedu (2020). *II Informe bienal sobre la realidad universitaria en el Perú*. Sunedu.
- Toledo Lara, G. (2017). La investigación cualitativa y el estudio de casos: una revisión teórica para su discusión. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 4(2), 1-23.
<https://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/125>

- Urbano, P. (2016). Análisis de datos cualitativos. *Revista Fedumar*, 3(1), 113-126. <http://editorial.umariana.edu.co/revistas/index.php/fedumar/article/view/1122>
- Varona, F. (2005). *El círculo de la comunicación*. Netbiblo.
- Vector C (24 de mayo de 2017). Agentes: retorno puro a la organización. *Vector C*. <https://blog.vectorc.com/index.php/2017/05/24/agentes-retorno-puro-la-organizacion/>
- Ventura, J. (2000). *Comunicación corporativa. Manual del curso de especialización en comunicación corporativa*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Verazzi, L. (2017). Comunicación interna en las nuevas organizaciones. *Revista ComeIN*, (64). <http://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero64/articles/comunicacion-interna-organizaciones.html>
- Vivas, A. y Saavedra, P. (2018). Comunicación interna en la calidad de la gestión administrativa Liceo Técnico Amelia Courbis, Talca 2018. *Revista Scientific*, 4, 116-135. http://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/384/516
- Westerman, G., Bonnet, D. y McAfee, A. (20 de noviembre de 2012). Las ventajas de la madurez digital. *Mit Sloan Managment Review*. <https://sloanreview.mit.edu/article/the-advantages-of-digital-maturity/>

ANEXOS

ANEXO A: Matriz de categorización apriorística

ÁMBITO TEMÁTICO	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	PROBLEMA GENERAL	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS GENERALES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS	CRITERIOS
El tema de investigación se encuentra dentro de la comunicación interna y la calidad educativa.	La gestión de la comunicación interna en una universidad pública licenciada.	¿Qué relación existe entre la auditoría de la comunicación interna y la calidad educativa en una universidad pública licenciada-2021?	¿Qué grado de relación existe entre la dimensión evaluación de la comunicación interna con la calidad educativa en una universidad pública licenciada-2021?	Comprender la relación que existe entre la auditoría de la comunicación interna y la calidad educativa en una universidad pública licenciada-2021.	Comprender la relación de la dimensión evaluación de la comunicación interna con la calidad educativa una universidad pública licenciada-2021.	Relación de la auditoría de la comunicación interna	Evaluación de la comunicación interna	- Planificación de la comunicación interna.
			¿De qué manera se relacionan la dimensión compromiso de la comunicación interna con la calidad educativa en una universidad pública licenciada-2021?		Comprender la relación de la dimensión compromiso de la comunicación interna con la calidad educativa una universidad pública licenciada-2021.			- Contexto.
							Compromiso de la comunicación interna	- Actividades de comunicación interna.
								- Quién dirige la comunicación.

Anexo B. Entrevista en profundidad

Unidad temática: Relación que existe entre la auditoría de la comunicación interna y la calidad educativa en una universidad pública licenciada

Tipo de investigación: Básica

Enfoque: Cualitativo

Tipo de estudio: Estudio de caso-fenomenológico

Técnica: Entrevista en profundidad

Instrumento: Guía de preguntas semiestructuradas

Participantes: Directivos

El portador del presente está realizando una investigación sobre la relación que existe entre la auditoría de la comunicación interna y la calidad educativa en la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana 2021 que servirá para elaborar su tesis y obtener el grado de doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad en la Universidad César Vallejo, Perú, por lo anterior solicito su ayuda para contestar algunas preguntas, que tiene una duración de 30 minutos. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

¡Gracias por su participación!

Cuestionario (Dirección)

Nombre de la Institución: _____ Razón Social:

_____ Antigüedad: _____

_____ Número de empleados: _____

Giro de la Institución: _____ Nombre del

responsable: _____ Área _____

_____ Nivel de estudios _____ Edad:

_____ Sexo _____ Estado Civil _____ Puesto: _____

_____ Antigüedad: _____ Categoría: _____

_____ Email: _____

Indicaciones: Marque con una X según corresponda

1.- La organización que dirige ¿de qué tipo es?

1.1 Pública () 1.2 Privada () 1.3 Otra ()

Indicaciones: Responda brevemente.

2.- ¿Cuáles son los productos o servicios que brinda?

3.- Las normas y políticas a seguir en la organización, ¿quién las define?

Instrucciones: Marque con una X según corresponda.

4.- ¿Los 3 valores fundamentales en los que se basa la organización a la que pertenece son?

4.1 Confianza () 4.2 Respeto () 4.3 Solidaridad () 4.4 Honestidad ()

4.5 Tenacidad () 4.6 Comunicación Abierta () 4.7 Orientación al Proceso ()

4.8 Otros () ¿Cuáles?: _____

5.- ¿Las 3 creencias que la institución define como más importantes son?

5.1 De mejora () 5.2 Servicio al Cliente () 5.3 Calidad () 5.4 Comunicación ()

5.5 Iniciativa y creatividad () 5.6 Otras: ____ ¿Cuáles?: _____

6.- ¿Su organización cuenta con planes y objetivos definidos a corto, mediano y largo plazo?

6.1 Sí () 6.2 No () 6.3 En ocasiones ()

7.- ¿La organización tiene metas definidas con claridad?

7.1 Totalmente de acuerdo () 7.2 Muy de acuerdo ()

7.3 Indiferente () 7.4 En desacuerdo () 7.5 Totalmente en desacuerdo ()

8.- ¿Considera que los objetivos ayudan a definir las metas necesarias para alcanzar la misión de la organización?

8.1 Totalmente de acuerdo () 8.2 Muy de acuerdo () 8.3 Indiferente ()

8.4 En desacuerdo () 8.5 Totalmente en desacuerdo ()

9.- Actualmente su organización ¿cuenta con un organigrama?

9.1 Sí () 9.2 No ()

10.- ¿Se delegan adecuadamente los deberes y responsabilidades?

10.1 Sí () 10.2 No ()

11.- ¿Cada quién sabe lo que tiene que hacer?

11.1 Sí () 11.2 No ()

12.- ¿Las líneas de autoridad se respetan y se aceptan sin problemas por parte de los empleados?

12.1 Totalmente de acuerdo () 12.2 Parcialmente de acuerdo ()

12.3 Indiferente () 12.4 En desacuerdo () 12.5 Totalmente en desacuerdo ()

13.- ¿Las relaciones con sus empleados son?

13.1 De cordialidad () 13.2 De respeto () 13.3 Familiaridad ()

13.4 Otra () ¿Cuál? _____

14.- ¿La comunicación con sus empleados, como la evalúa?

14.1 Excelente () 14.2 Muy Buena () 14.3 Regular ()

14.4 Deficiente () 14.5 Mala ()

15.- ¿La comunicación fluye adecuadamente en todos los niveles y direcciones?

15.1 Sí () 15.2 No ()

16.- ¿Qué medios utiliza para comunicarse con sus empleados?

17.- ¿Los empleados tienen las habilidades que se necesitan en la organización?

17.1 Siempre () 17.2 Algunas veces () 17.3 Nunca ()

18.- ¿Se proporciona capacitación a los empleados? 18.1 Sí () 18.2 No ()

19.- ¿Los empleados utilizan las medidas de protección y seguridad dentro de la organización?

19.1 Sí () 19.2 No ()

20.- ¿La empresa satisface las necesidades personales de los empleados?

20.1 Sí () 20.2 No () 20.3 En ocasiones ()

21.- ¿La organización cuenta con estímulos económicos para los trabajadores?

21.1 Sí () 21.2 No () 21.3 En ocasiones ()

22.- ¿Se les reconoce el trabajo a los empleados y se les recompensa?

22.1 Sí () 22.2 No () 22.3 En ocasiones ()

23.- La organización tiene disposición de aceptar el liderazgo y la dirección de los empleados calificados.

23.1 Totalmente de acuerdo () 23.2 Muy de acuerdo () 23.3 Indiferente ()

23.4 En desacuerdo () 23.5 Totalmente en desacuerdo ()

24.- ¿Le doy mantenimiento adecuado a las instalaciones, maquinaria y equipos?

24.1 Siempre () 24.2 Algunas veces () 24.3 Nunca ()

25.- ¿Mis equipos funcionan adecuadamente?

25.1 Siempre () 25.2 Algunas veces () 25.3 Nunca ()

26.- ¿Qué servicio esperan mis clientes?

27.-En orden de importancia, enumera 5 de los requerimientos que el cliente solicita.

27.1__

27.2__

27.3__

27.4__

27.5__

28.- ¿Sé cuáles productos o servicios me brindan mayor utilidad?

28.1 Sí () ¿Cuáles? _____ 28.2 No ()

29.-Marca con una X las 3 razones o motivos por los que acude más el cliente a tu organización.

El precio de los productos () 29.2 La calidad de los productos ()

La calidad del servicio (rapidez, eficiencia, atención esmerada) ()

Facilidades de pago (aceptación de cheques, tarjeta de crédito, rapidez en cobro) () 29.5 Aspecto de las instalaciones ()

29.6 Facilidad de horario () 29.7 Cercanía y comodidad ()

30.- ¿Sé qué servicios ofrecen mis competidores?

30.1 Sí () 30.2 No () 30.3 En ocasiones ()

31.- ¿Sé cuáles son mis ventajas competitivas respecto a mis competidores?

31.1 Sí () 31.2 No ()

32.-Si contestaste afirmativamente la pregunta anterior, anota 3 de las ventajas.

32.1 _

32.2 _

32.3 _

33.-Estoy enterado de los cambios que ocurren en la economía

33.1 Sí () 33.2 No ()

34.-Conozco los impactos que los cambios económicos pueden tener en mi organización.

34.1 Sí () 34.2 No ()

35.5.- Qué acciones estratégicas realizo para disminuir el efecto de la crisis económica (Anota 3).

35.1__

35.2__

35.3__

Respuesta breve:

A continuación, se presenta una serie de preguntas relativas sobre la imagen que percibe de la situación actual de su organización.

Conteste escribiendo en los espacios en blanco la respuesta correspondiente.

Recuerde que la exactitud y veracidad de las mismas dependen las acciones que se sugerirán.

1.- ¿Qué es la organización ahora?

2.- ¿Qué aspira a ser?

3.- ¿Hacia dónde se dirige?

4.- ¿Qué se compromete a lograr la organización?

5.- ¿A qué problemática se ha enfrentado para mantener esta organización?

6.- ¿Qué cambiaría de la situación actual que vive su organización?

¡Gracias por su colaboración!