



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“Nivel de comunicación interna en los colaboradores de la Institución educativa Alfa,
Ventanilla, 2019”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA:

Olivos Velasquez, Lizett Milagros (orcid.org/0000-0002-3322-3409)

ASESOR:

Mg. Castillo Hilario, Mario Buenaventura (orcid.org/0000-0002-2929-4677)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2019

DEDICATORIA

Este presente trabajo de investigación está dedicado a Dios por ser mi soporte día a día, que a pesar de mis errores no me desampara ni me quita su mano protectora, a mis padres por su apoyo incondicional, a mis hermanos por ser un buen ejemplo a seguir. Sin el apoyo de ellos no habría podido llegar hasta este momento tan importante en mi vida y en mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

Este trabajo de investigación ha sido posible gracias al apoyo económico producto del enorme sacrificio de mis padres, a mi pareja por ser un apoyo moral, por las palabras de aliento, aguantar mal genio todos los días, masajes y abrazos en todo el proceso del desarrollo de este trabajo. A la directora y docentes de la Institución educativa Alfa por permitirme desarrollar un estudio de su institución.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	10
III. MÉTODO	15
3.1 Diseño de Investigación.....	15
3.2 Operacionalización de variable.....	17
3.3 Población, muestra y muestreo	17
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.5 Métodos de análisis de datos.....	21
3.6 Aspectos éticos.....	21
IV. RESULTADOS	23
V.DISCUSIÓN	30
VI. CONCLUSIONES.....	33
VII. RECOMENDACIONES.....	34
REFERENCIAS	35
ANEXOS	

RESUMEN

Este trabajo de investigación tuvo por objetivo describir el nivel de comunicación interna en los colaboradores de la Institución educativa Alfa – Ventanilla, 2019. Este trabajo es de diseño no experimental, es de tipo descriptivo, la muestra es censal. Se trabajó con el instrumento, posterior a ello se trabajó los resultados en una base de datos con la utilización de frecuencias, gráficos y porcentajes. Las conclusiones finales a las que se llegó en este presente estudio: Se determinó que un 85% está de acuerdo con que existe un nivel alto de comunicación interna, esto se debe a la información que la organización facilita a los colaboradores, es clara y concisa, un 1% está totalmente de acuerdo. También, se halló que del estudio la dimensión motivacional es quien mayor influencia tiene en esta Institución educativa en Ventanilla, esto se debe a que esta comunica de manera adecuada los logros de cada uno de sus colaboradores, además de brindar distintas oportunidades de crecimiento de los mismos y esto genera que un alto nivel de comunicación interna en los colaboradores de la Institución.

Palabras claves: Institución, Colaboradores, Comunicación Interna, Dimensión Motivacional.

ABSTRACT

This research work aimed to describe the level of internal communication in the collaborators of the Alpha - Ventanilla Educational Institution, 2019. This work is of a nonexperimental design, it is descriptive, the sample is census. They were used with the instrument, later and the results were searched in a database with the use of frequencies, graphs and percentages. The final conclusions reached in this present study: It was determined that 85% agree with what exists at a high level of internal communication, this is due to the information that the organization provides to employees, it is clear and concise, 1% totally agree. Also, it was found that from the study the motivational dimension is the one who has the greatest influence in this educational Institution in Ventanilla, this is due to this communication in an appropriate way the achievements of each of its collaborators, in addition to providing different opportunities for their growth and this generates a high level of internal communication in the collaborators of the Institution.

Keywords: Institution, Collaborators, Internal Communication, Motivational Dimension.

I. INTRODUCCIÓN

Las instituciones, pequeñas empresas, empresas grandes u organizaciones en los últimos tiempos evidencian un notable cambio respecto al punto y enfoque de aspectos básicos como son la producción e infraestructura por el interés del talento humano tal cual se presenta. Si hablamos de comunicación interna es preciso mencionar que ciudades como Madrid no le dan la importancia necesaria que tiene la comunicación interna positivamente, por el contrario, le restan importancia. Villanova (citado en Zamora, 2015) en España hay colaboradores que expresan no sentirse sumamente satisfechos con su trabajo o la organización donde trabajan, todo esto se evidencia al no mostrar interés en las actividades que realizan, además de no desarrollar todas sus habilidades y destrezas que estos puedan tener y no las sacan a relucir. En New York, EMPLOYEEapp, es muy conocida y visitada esta plataforma tecnológica especialmente para comunicadores internos profesionales y aspirantes, finalizando el mes de Octubre lanzó Internal Comms TV, este es una nueva serie de videos que abordan exclusivamente temas del impacto de la comunicación interna. Dicha serie está compuesta por videos cortos, animados y muy entretenidos, además de entrevistas en vivo donde se evidencia claramente el alto interés por el liderazgo y de la manera más óptima para mantener un nivel alto de comunicación interna, además brinda consejos muy fáciles para profesionales y estudiantes., estos episodios los podemos encontrar en la web y en sus redes sociales (the EMPLOYEEapp. 2019). En América Latina, es otra la situación, la mayoría de instituciones, empresas u organizaciones han tomado valor a las conclusiones que son generadas tras una buena comunicación interna dentro de ellas. Sin embargo, para ellos detectar si hubo un mal manejo dentro de su organización o empresa decidieron analizar internamente, donde los colaboradores expresaron lo que sentía, sus molestias, sus incentivos y posterior a ello cambiaron en su totalidad para obtener el máximo beneficio en sus empresas. Cabe mencionar que dicho proceso de análisis fue complicado porque son muy pocas las entidades u organizaciones toman interés por el bienestar de sus colaboradores y no sólo por obtener el beneficio que tienen como empresa, si no por crecer como empresa y hacer que sus colaboradores se sientan cómodos y felices haciendo lo que hacen. Se hizo un estudio a los empleados de la empresa Ken Lay, ya que observaron que sus colaboradores no tenían una correcta comunicación interna, inclusive llegaron a indicar que el nivel de comunicación que se evidenciaba en dicha compañía era deficiente. Desde

ese entonces hasta la actualidad son correos electrónicos, y es la única manera de interacción entre sus colaboradores. (Mayo, 2013)

Los cargos altos lo que deberían de hacer es revisar todas las propuestas que los comunicadores, diseñadores y encargados de comunicación interna tengan, así como presentaciones y distintas propuestas de comunicación interna, flyres y folletos creados para la compañía, además de publicidad con contenido donde se evidencie responsabilidad social, ya sea corporativa para que estos puedan analizar qué es lo que está sucediendo en la organización, institución o empresa, y de acuerdo a ello proponer ciertas estrategias para mejorar esto (Mazzei, 2017). Empero, a nivel Nacional, son muchas las entidades y empresas que no tienen claro que el tener una comunicación interna efectiva produce grandes mejoras y grandes frutos. Zyncro y BW Comunicación interna (2014) nos señalan que un 60% de los desafíos presentados en las entidades son causados por un mal manejo de comunicación interna. Una dificultad grande que evidencian estas instituciones que tristemente no son pocas, si no son la mayoría en nuestro país, es que hablan mucho y escuchan poco. En este caso a sus trabajadores, simplemente dan órdenes, explican lo que se tiene que realizar y cómo hacerlo, más no se preocupan por el sentir y las opiniones que puedan tener sus empleados. Esto debería ser lo contrario, deberían aplicar la escucha activa a sus empleados para poder conocer sus problemas, sugerencias y buscar cambios positivos en su personal. Muchos de los colaboradores únicamente quieren que sus supervisores los vean con buenos ojos. Mientras tanto, estos encargados del área deben plantearse estrategias para saber cómo deben reaccionar antes reacciones negativas por parte de sus subordinados (Narat, 2019). Son muchas las empresas que se dejan guiar por las actividades y cambios que otras sin considerar un previo análisis de la situación real de la misma y no sólo lanzarse para imitar ciertas actividades, como campañas, marketing, y en la gran mayoría utilizan la tecnología desconociendo realmente a su personal. La comunicación interna es el grupo de mensajes con objetivos claros que una organización difunde en su público interno con la finalidad de originar, mantener y establecer comunicaciones eficaces entre los mismos y así generar una imagen positiva que contribuya en el cumplimiento de sus metas (Toro, 2014, p.41). Las empresas hoy en día buscan tener éxito y estar liderando ante la competencia. Sin embargo, el entorno empresarial es sumamente incierto, por ello no se puede estar acostumbrado a un solo ritmo, debemos estar preparados para todo tipo de cambio, ajustarse a lo nuevo con la mejor actitud y aptitud, es la clave. Los cambios van de la mano con la

tecnología que engloba todo hoy en día. La gestión de las empresas medianas, grandes y descentralizadas deben preparar sus negocios para entrar a la nueva era, la era de la transformación digital (Tusek, 2018). Comunicar efectivamente es compartir y lograr hacer entender a los trabajadores la visión que tiene la empresa para de esta manera generar y mantener ideales relaciones que puedan existir por los diferentes medios de comunicación que puedan existir entre sus trabajadores. Sin embargo, esto se consigue con un correcto uso de los diferentes medios de comunicación existentes. A nivel local, Ventanilla es un distrito que está cumpliendo con muchos por no decir todos los requisitos que piden para convertir un Distrito en Provincia, por lo que el Callao pasaría a ser Departamento. Y es que Ventanilla no tiene nada que envidiar, hoy en día es más tiene una gran población y con esto la incorporación de diferentes instituciones y entidades al distrito. Así como se ha incrementado el número de nuevas organizaciones, además se evidenció un crecimiento del grado de desinterés que obtienen estas empresas, instituciones al perfeccionar su proceso de comunicación interna. Por lo tanto, podemos indicar que existe una problemática ya sea por falta de interés de mejorar ciertos aspectos que podrían ser beneficiosos para la institución o por ignorancia. Cabe señalar, que de entre todas las instituciones educativas, solo las particulares han evidenciado una mejora en la comunicación asertiva y eficaz entre sus trabajadores. Por lo tanto, con esta investigación se procurará demostrar la comunicación interna en la Institución Educativa Alfa y que en función a los resultados obtenidos, se procederá a plasmar las recomendaciones que sean requeridas. Los especialistas mencionan que mientras más comunicación clara y eficaz exista habrá más seguridad para lograr objetivos. Otra barrera común que se ha podido evidenciar claramente en el proceso de comunicación interna en las Instituciones de las características antes ya mencionadas (públicas y privadas) después de un estudio se determinó que se debe por la insuficiencia de falta de trabajo en equipo, y por la ausencia de un interés común que tienen los integrantes de una organización (Botez, 2019). La cultura que posee una organización es sumamente importante ante cualquier actividad que vaya dentro de la comunicación. En este caso, al ser académicos tienen que darle otro enfoque a la forma de comunicarse desde los docentes hacía los estudiantes y de docentes y el personal del trabajo, para que todos de manera conjunta, puedan proporcionar una visión general inclusiva del estado del arte. (Chen, 2017).

Luego de revisar algunas investigaciones a nivel internacional y nacional sobre la comunicación interna, se logró elegir prudentemente ciertos trabajos de investigación que permitirán sostener y apoyar la base de esta investigación.

Trany (2015) en su tesis tiene como finalidad describir la evolución de la Comunicación Interna en las empresas, desde su historia en las organizaciones españolas. La investigación presenta un enfoque cuantitativo y se aplica la técnica de la encuesta. Sobre los resultados más importantes, el 50 % de las organizaciones gestiona las acciones de comunicación a través del área de Comunicación Interna y el 46,5% de los colaboradores señala que esto origina un consenso entre los mismos; por último, el 47% de acciones de comunicación interna es ejecutado por el área de Recursos Humanos. Por lo tanto, se concluye que la comunicación interna se ha desarrollado con el paso del tiempo en las empresas y que su mejora se basa en la contribución de canales o instrumentos y estrategias, en el desarrollo de la comunicación interna.

Umaña (2015) en su tesis tiene como objetivo establecer la importancia de la comunicación interna en la satisfacción laboral del restaurante de comida Gourmet. En relación a la metodología el enfoque es cuantitativo, diseño no experimental y nivel descriptivo. La muestra utilizada consiste en 50 colaboradores de diversas áreas entre ellas administrativas, operativas y jefatura entre las edades de 20 y 55 años y el instrumento es un cuestionario. Los resultados indican que el 90 % de los colaboradores son conscientes que la comunicación interna del restaurante incide en la satisfacción laboral de los mismos. Finalmente, la conclusión más importante es que los colaboradores se desempeñan con mayor entusiasmo y eficacia cuando reciben las instrucciones claras y cumplen sus labores encomendadas por sus líderes.

Villanueva (2013), en su trabajo de investigación tiene como finalidad desarrollar un plan sobre la gestión actual de Comunicación Interna de la empresa de Puerto Coronel. Respecto a metodología el tipo de investigación es básica, nivel descriptivo, enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transversal. La población está conformada por 769 colaboradores, con una muestra de 401 y un muestreo de tipo no probabilístico. La técnica utilizada es la encuesta y el instrumento es un cuestionario. Los resultados más importantes indican el nivel de conocimientos acerca de los cargos que desempeñan en la empresa con un 1.64%, al igual que poseen conocimiento sobre el código de ética representado por un 8.62%. Por

ende, se concluye que dicha empresa, la gestión de la comunicación no es permanente y formalizada, ya que dichas actividades no se han planificado estructuralmente, sino más bien se han establecido con fines administrativos con un crecimiento notable de la empresa.

Pacheco (2017) en su investigación tiene como finalidad describir la comunicación interna de los trabajadores en el centro educativo Master Ingenieros de San Juan de Lurigancho. Respecto a la metodología es enfoque cuantitativo, diseño no experimental, tipo transversal, nivel descriptivo, la muestra está conformada por 28 trabajadores. El resultado más relevante es que el 64,3 % señala que casi siempre la comunicación interna se presenta y un 28,57% a veces. Por tanto, la conclusión es que la comunicación interna es medianamente aceptable en dicha organización educativa.

Mayorga (2016) en su investigación tiene como finalidad establecer el nivel de comunicación interna en la Asociación Peruana Central. Sobre la metodología es de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y transversal. La población de estudio está conformada por 30 trabajadores que laboran a tiempo completo organizados en las distintas áreas de la empresa. El resultado más importante es que el 46.7 % del personal señaló que este tipo de comunicación es positiva y se ejecuta tomando en cuenta la comunicación interna ascendente, descendente y horizontal. Por lo tanto, se concluye que el nivel de comunicación interna en la Asociación Peruana Central es alto.

Finalmente, Tello y Sernaqué (2016), en su trabajo de investigación que presenta como finalidad examinar la comunicación interna en el área de gestión educativa. En relación con la metodología es de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, nivel descriptivo donde se utiliza la recolección de información para alcanzar la descripción e interpretación de la misma en relación al proceso de comunicación interna en la gestión educativa Ugel. Se aplica una encuesta a través del instrumento cuestionario a una muestra de 100 colaboradores. Los resultados indican que un 85% considera que no conocen en absoluto los planes de comunicación y las estrategias existentes, por su parte un 97% percibe que no conoce y un 100% señala que sí conocen los planes comunicacionales. La conclusión más importante es que la comunicación interna incide de forma directa en la baja productividad del centro educativo, tomando en cuenta a los directivos hasta el personal administrativo.

También, algunos trabajadores conocen muy poco los tipos de planes de comunicación y las estrategias existentes, por tanto, su percepción de dichos medios no es favorable.

La organización de la comunicación interna reside en establecer, según el plan, un conjunto de elementos de comunicación sencillos que influyen en todo sistema comunicacional por medio de procesos coherentes e bien estructurados. (Formanchuk, 2014). A partir del mismo, el autor plantea las siguientes dimensiones como parte de su plan de comunicación interna:

Primero: Operativa; busca que los colaboradores sepan qué deben realizar en la organización. Denominada de esta manera, ya que incluye a todas aquellas comunicaciones internas que el colaborador necesita ejecutar. Dentro de dicha dimensión se detalla algunos aspectos: información general sobre la empresa (cómo es la organización, que es lo que hacen, además de determinar sus clientes, los dueños, sus productos o servicios, cómo es su economía o rentabilidad), información sobre su labor (determinar el área de trabajo, el ambiente, sus compañeros, funciones, horarios, reportes diarios, miembros de su entorno, normas de ética, etc.)

Tomando en cuenta dichos elementos, el autor manifiesta que el éxito de dicha dimensión es que todos los colaboradores están contextualizados en relación a lo que deben realizar. Por último, los trabajadores deben comprender la razón de sus funciones laborales (p.54).

Segundo: Estratégica; tiene como finalidad lograr que los colaboradores tengan claro por qué deben realizarlo. Dicha dimensión incluye aspectos como: información sobre las metas de la empresa (hacia dónde se dirige la organización y por qué, cómo y quién fijó ese camino, cuáles son los objetivos macro, cuáles es la visión y misión, etc.), objetivos de su área y los personales (objetivos del sector, cómo y por qué sus objetivos específicos contribuyen a alcanzar los objetivos generales), proceso de evaluación del puesto.

El autor señala que los colaboradores contribuyen más en dicha dimensión, puesto que se sienten más importantes y seguros en la empresa donde trabajan, y esto es un factor relevante que define parte del objetivo en una organización. Lo que determina el éxito de esta dimensión es que todos los colaboradores tienen que saber la razón de su trabajo y por qué es importante conocer aspectos de la empresa (p.55).

Tercero: Cultural; busca que los colaboradores sepan cómo debe realizarse ese trabajo. Esto con el objetivo que un colaborador se comprometa con su empresa; pues dicha dimensión incluye las anteriores dimensiones como el qué se debe hacer (Operativa) y por qué (dimensión Estratégica), con el fin de incluir al personal como pieza clave de las metas y la cultura organizacional. De acuerdo al autor, esta dimensión es fundamental en un Plan de Comunicación Interna, pues permite encontrar potencial y las habilidades necesarias, incrementa la productividad y se obtienen lazos seguros. Esto incluye algunos aspectos como: el código de ética de la empresa y los principios profesionales en una persona con competencias morales. Lo que determina el éxito de dicha dimensión es que los colaboradores deben saber cómo se realizan las cosas, ya que deben sentirse parte de la cultura y estar orgullosos de formar parte de ella (p.56).

Cuarta: Motivacional: lograr que los colaboradores quieran realizarlo, pues el fin es que los colaboradores ejecuten toda actividad que se les delegue realizar. La razón de ser es un aprendizaje continuo, el autor aclara que motivar incluye que el comunicador interno contribuya por convicción con la organización a descubrir cuáles son los motivos que inducen al personal a generar los mensajes que refuercen. Dicha dimensión incorpora algunos aspectos como: experiencias oportunas que vieron de la empresa por las cuales los trabajadores se sientan orgullosos de participar y generar más confianza con la organización, acciones que demuestran que la organización es justa, acciones que demuestran que la empresa es confiable y transparente. Lo que determina el éxito de dicha dimensión es que todos los colaboradores deben y quieren dar lo mejor de su capacidad y habilidades a la empresa (pp.57-58).

Dichas dimensiones planteadas por Formanchuk forman parte del “Método 6D” planteada por el autor que tiene como objetivo mejorar las “comunicaciones estratégicas” de una organización.

¿Cuál es el nivel de la comunicación interna de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019?

¿Cuál es el nivel operativo de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019?

¿Cuál es el nivel de estratégico de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019?

¿Cuál es el nivel cultural de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019?

¿Cuál es el nivel motivacional de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019?

La finalidad de este presente trabajo es contribuir notablemente con la mejora de comunicación interna en las instituciones educativas principalmente en la institución educativa Alfa.

Se describe cómo se da la comunicación interna en los colaboradores de la institución educativa Alfa en Ventanilla, 2019. Con este trabajo también permitirá conocer cuáles son los puntos donde se debe mejorar para poder lograr una adecuada comunicación en cada uno de sus miembros de esta organización y con ello puedan alcanzar objetivos trazados.

Esta investigación servirá de guía para muchas otras instituciones preocupadas por el bienestar de su personal y puedan generar la satisfacción laboral logrando así finalmente que cada uno de sus colaboradores puedan trabajar en equipo y exista la cooperación, además de construirse un clima de confianza y cada uno de ellos se sienta motivado, cumpliendo objetivos garantizando el éxito que se pretende alcanzar.

Este trabajo de investigación respecto a la justificación metodológica, aportará información de la manera adecuada de comunicación interna dentro de una institución u organización y son estos aportes de información que permitirán a la institución identificar qué puntos están ausentes o están haciendo mal generando una mala comunicación interna en su institución y con ello una mala comunicación, poco trabajo en equipo evidenciado en el comportamiento de los colaboradores. Los resultados que se logren obtener, respecto a la justificación práctica, generarán el interés de la institución educativa Alfa, además de otras instituciones para la creación de diferentes acciones de mejora que sean beneficiosas para la empresa y el equipo humano. Alguna de estas podría ser talleres de integración, establecer un plan de mejora, talleres de integración gratuitos, entre otras más que promuevan la relación comunicacional adecuada entre cada uno de los colaboradores. El presente estudio, respecto a la justificación metodológica, busca contribuir en la elaboración de instrumentos de medición que permitan recoger resultados a partir de un contexto determinado. Así también, constituye un punto de partida motivador en su profundización por parte de futuros

investigadores interesados en contrastar conocimientos y teorías metodológicas sobre temas similares de estudio.

Como todo tipo de trabajo de investigación descriptiva, no evidencia hipótesis, más si se plantea el objetivo general y los específicos a continuación:

Describir la comunicación interna de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019.

Describir la dimensión operativa de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019.

Describir la dimensión estratégica de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019.

Describir la dimensión cultural de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019.

Describir la dimensión motivacional de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019.

II. MARCO TEÓRICO

La teoría que más se relaciona con el presente estudio es la teoría del funcionalismo, su fundador Emile Durkheim, a finales del XIX, plantea que el cumplimiento del objetivo de una empresa se basa en el trabajo en equipo tomando en cuenta que este es la base en cualquier tipo de organización. El hombre siempre ha buscado tener una interacción entre el medio que lo rodea y las personas que forman parte de ese medio, dicho esto cabe resaltar que la teoría del funcionalismo, representa como la persona se relaciona con los demás. Un ejemplo claro es el ser humano, ya que, siendo un sistema de diferentes órganos, estos deben estar en condiciones adecuadas para su óptimo funcionamiento y así proyectar salud en el individuo. Lo que se pretende describir respecto al nivel de comunicación interna en los colaboradores de la Institución educativa Alfa, todo esto evidenciado en las funciones, roles, valores, normas que tiene la institución en mención con sus colaboradores, como se da la convivencia de estos.

Según Fernández (1999) la comunicación es una herramienta muy importante para la relación del ser humano. Nos comunicamos a todas horas y de muchas maneras por los distintos medios de comunicación que existen. Por este medio los humanos pueden comunicarse libremente, transmitir, expresar, compartir sus pensamientos, ideas y opiniones respecto a un tema determinado. Considerando que todo proceso de comunicación por más corto que sea se da a través un emisor y un receptor apoyados en un código de comunicación empleado. Cuando la comunicación sirve de puente conexión entre el individuo y su entorno es cuando se genera sentido de pertenencia entre ellos. (Amodio, 2006, p.22). Esto quiere decir que el compartir la multiplicidad de mensajes por las diversas maneras de interacción desde un individuo hacía otro o hacía un grupo y viceversa. Relacionarse entre sí es la forma de cómo las culturas en un pasado y hasta en la actualidad funcionan, se comprenden, construyen y se van transformando.

Además, define como un sistema por el cual un ser humano se relaciona con otra por medio de un mensaje determinado y está a la espera de una respuesta del receptor donde exprese su punto de vista. En otras palabras, la comunicación es la forma de establecer una relación de dos personas o más, con el fin de transmitir un mensaje que despierte la respuesta del receptor. El objetivo del mensaje es incentivar o persuadir el comportamiento del receptor en función al mensaje comunicado (Martínez y Nosnik, 1998).

Con ello se logra comprender la importancia de la comunicación, ya que su único y mayor propósito es convencer con el mensaje enviado al receptor, ya sea por un medio oral, escrito o difusión audiovisual. Esta vivencia es también de tipo mental, ya que el pensamiento y la comunicación logran desarrollar un diálogo interno de dicho individuo consigo mismo (Amodio, 2006, p.23). Desde el momento del nacimiento se ingresa en un mundo de mensajes que se emiten y reciben a cada momento, considerando al núcleo familiar como su primer lugar significativo. Es a través de la comunicación que se aprende y permite desenvolverse en la sociedad por lo que la comunicación no sólo está conformada por lo que se quiere decir, contenidos, sino también por formas y técnicas de transmisión. El aporte de Fernández (1999) indica que la comunicación se transforma en una organización cuando se aplica en una empresa. Esta se da de manera natural en toda organización sin importar el tipo o tamaño. Una organización sin comunicación no está encaminada de manera adecuada. La comunicación organizacional es el escenario de mensajes intercambiados por parte de los integrantes de una determinada organización, ya que ellos también aplican la comunicación en su definición a diferencia de que la emplean desde y para su organización (Amodio, 2006). Por otro lado, la comunicación organizacional también se entiende como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y acelerar los mensajes que se transmiten entre los miembros de la organización y su entorno con el fin de influir en las opiniones, actitudes y comportamientos de los públicos internos y externos. Todo ello para que estos últimos puedan alcanzar mejor y más rápido sus objetivos. (Fernández, 1999). De acuerdo al autor mencionado, la comunicación interna de una empresa es fundamental para posibilitar la gestión de las relaciones entre los distintos departamentos de la organización de la empresa, facilitando el desempeño a través de la coordinación, cooperación logrando así la satisfacción en el trabajo. Por lo tanto, para que los altos cargos entiendan el desempeño laboral que tienen sus colaboradores, es importante primero lograr el entendimiento en su totalidad la satisfacción de la comunicación que se evidencie y la vez la satisfacción laboral de sus colaboradores (Musah, Adiza, A. Zulkipli, G & Ahmad, N.S). Para Alejandro Formanchuck, la comunicación interna es consecuencia de la comunicación organizacional, concepto que antes ya se ha mencionado. Si la organización, institución o empresa trabaja en que se dé de la mejor manera esta comunicación antes que poner como prioridad en la cultura. Sin embargo cabe mencionar que eso no significa que la cultura esté por encima del otro, ambos poseen un rol importante.

La comunicación interna de una empresa es fundamental para posibilitar la gestión de las relaciones entre los distintos departamentos de la organización de la empresa, facilitando el desempeño a través de la coordinación. (Peláez, 2017, p. 29). Es muy evidente darse cuenta que la comunicación interna hoy en día en nuestra sociedad ha generado un cambio asombroso, a pesar de no ser fácil adaptarse al nuevo cambio, muchas de las instituciones españolas cuentan con grandes y satisfactorias experiencias con respecto a la comunicación interna, todo ello se han dado cuenta cuando han tratado satisfacer las necesidades de sus alumnos, muchas de estas eran exigentes y con grandes expectativas, en otros países también están dándole la atención requerida a la comunicación que tienen dentro su organización (Ors,2018). Por tanto, lo que plantea Fernández se realiza a toda institución, organización y empresa, esto con el fin de mantener una buena comunicación y relaciones entre los miembros a través de todos los medios. La comunicación interna es fundamental para cualquier agencia y/u organización ya que establece ciertas relaciones que se pueden formar entre la alta dirección y sus subordinados. Normalmente la comunicación que se utiliza es básicamente para expresar sugerencias, ordenar, indicar responsabilidades y establecer metas casi siempre a favor del crecimiento de la empresa más no para el bienestar y crecimiento profesional para sus trabajadores. Hoy en día existe otra perspectiva de la importancia que tiene el comunicar internamente de manera eficaz y así poder fortalecer y destacar las actitudes que tengan los trabajadores y todos los miembros de la institución, para que estos en conjunto puedan lograr cumplir con la meta que tienen como empresa y cada uno de manera personal. Muchos de los resultados que arrojan estudios como el que mencionaremos, es que si hablamos de comunicación organizacional, nos daremos cuenta que esta se ha está cristalizando cada vez más, por lo que muchos autores consideran que esta comunicación debería estudiarse y aplicarse en todas las instituciones y no sólo tener un conocimiento de que consiste, es decir debería tocarse a fondo en talleres, en cursos dirigidos a los colaboradores, inversión para obtener grandes resultados (Rogers, 2015). En base a Ocampo (2014) la comunicación interna constituye los esfuerzos por que esta sea eficaz con el objetivo de constituir organizaciones innovadoras y ávidas por desarrollarse. La comunicación interna entre uno de sus objetivos y considerando el principal e importante dentro de la organización es lograr que existan cambios significativos a favor de ellos para que estas sean consideradas empresas innovadoras, dispuestas al cambio por su mejora, no comunes y no convencionales. Pocas empresas utilizan activamente herramientas estratégicas para la mejora. Esta gestión de la comunicación interna tiene como único

objetivo crear un ambiente motivador en el que se destaquen las buenas relaciones que pueden prosperar en el trabajo. Tener en claro que rol cumple cada individuo en una organización ayuda a una institución y/o empresa a crear una forma menos jerárquica y así obtener la participación de todos. De la misma manera que, al aplicar esto, induce nuevas grandes relaciones humanas que se puedan generar, y así generarán una institución conformada por un equipo humano que trabaja en equipo y no en una empresa conformada por colaboradores y encargados de área. Esto es lo importante cuando nos referimos a la importancia de la comunicación organizacional y en gestión interna en una empresa, institución u organización (Popescu & Jacob, 2017).

Cowan (2017) en su libro nos indica que la comunidad comunicadora siempre tiene que mantener un diálogo abierto para que toda la organización avance de manera transparente y así ayudar a su organización, ya que, es claro mencionar que un diálogo correcto ayuda a cualquier organización, Institución y empresa siempre y cuando tenga una audiencia para comunicarse, ya sea pública o privada. Al usar la comunicación de manera adecuada y efectiva se logrará llegar a los involucrados positivamente para que todos en conjunto puedan mejorar su Institución u organización donde cumplen sus funciones laborales asignadas. El objetivo que tiene comunicación interna es permitir que la persona de una Institución fortalezca sus esfuerzos, esto generará las buenas relaciones entre las diferentes áreas existentes en una organización. Para poder hacer efectiva y decir que si existe un nivel alto respecto a la comunicación interna de una organización primero debemos observar, analizar y seleccionar los símbolos apropiados que se utilizan en cada interacción, ya que respecto a eso se verifica el impacto que pueden generar las estrategias empleadas entre las personas, sus colaboradores (Alan, 2017). Las empresas presentan una serie de recursos o instrumentos que permiten establecer la comunicación interna entre sus públicos y, que a lo largo de los años, ha ido cambiando en base a sus necesidades y expectativas. Zilberdyk (2009) presenta las siguientes herramientas de comunicación interna: Comunicación electrónica; una de las más actuales, pues es considerada como un canal de interacción entre los trabajadores y los distintos niveles por medio del alcance que el sistema informático brinda. Esto permite accesibilidad y rapidez en la retroalimentación de mensajes; no obstante, su saturación podría generar rechazo a causa del exceso de información. Manual del colaborador; documento que incluye la información en relación a las normas internas, cultura organizacional (visión, misión y objetivos estratégicos), evaluación, funciones, derechos y deberes de los coordinadores, colaboradores y jefes gerenciales de la organización. Esta herramienta

coopera en la solución de dificultades evitando las malas decisiones tomando en cuenta la situación (p. 23). Boletín o revista institucional; consiste en una publicación física o virtual que puede ser de frecuencia mensual o bimensual en el que se difunden las noticias más relevantes (actividades, novedades) que la organización realiza con el fin de mantener informado al público interno. Documentos escritos; son textos administrativos cuya ventaja es retroalimentar solicitudes o decisiones en el ámbito laboral y organizacional tomando en cuenta las diversas áreas y procesos que no se establezcan en el manual del colaborador. Reuniones laborales; son cónclaves que se desarrollan con el objetivo de promover la comunicación interpersonal y coordinar temas o asuntos para lograr acuerdos o consensos entre los miembros de la empresa y respetando las jerarquías. Las ventajas de esta herramienta de comunicación es que se establece una mejor retroalimentación y tomar las mejores decisiones. Reuniones de camaradería; constituye una herramienta más informal que busca generar momentos de disipación y relajación entre los colaboradores de la institución por medio de actividades recreativas fuera, por lo general, de la organización. Este tipo de actividades consolidan la identidad organizacional entre sus miembros. Encuestas internas; constituyen herramientas cuantitativas sobre la percepción del público interno sobre diferentes asuntos como clima laboral, motivación del colaborador, ambiente de trabajo, identidad y cultura organizacional, estilos de comunicación, entre otros. Las ventajas es que, en base a los resultados, se pueden determinar los aspectos positivos y de mejora en el adecuado manejo organizacional. Murales o tableros de avisos; son los espacios estratégicos donde se difunden anuncios relevantes y de prontitud dirigidos al público interno de la organización. Constituye un canal unidireccional de flujo ascendente donde se muestra información escrita y también gráfica. Además, debe ser actualizada de forma permanente y en torno a la importancia de los comunicados y estableciendo una zona de la organización (p. 23).

III. MÉTODO

3.1 Diseño de Investigación

Enfoque de la investigación

La presente investigación es de enfoque cuantitativo, puesto que se va a medir la variable en un tiempo determinado analizando las mediciones por medio de la estadística. Según Bernal (2012) este tipo de enfoque está determinado por la medición y recopilación de los aspectos particulares de los fenómenos sociales y relacionados al tema analizado. Por ende, el estudio en mención se vale de datos numéricos para obtener toda la información necesaria sobre los resultados de las encuestas en relación al nivel de comunicación interna de la institución educativa Alfa de Ventanilla.

Tipo de la investigación

De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014), es de investigación simple, también conocida como investigación básica o pura se realiza con la finalidad de encontrar un nuevo conocimiento; por tanto, este tipo de investigación no busca, necesariamente, la solución de problemas científicos vinculados con la sociedad. Tomando en cuenta este tipo de investigación se puede deducir que el estudio pertenece a este tipo de investigación, esto debido a que no se profundizará en buscar alternativas de solución relacionadas con este tipo de estudios.

Nivel de investigación

Según Sánchez y Reyes (2006), el nivel que presenta esta dimensión es dicha investigación tiene como objetivo conocer los aspectos más importantes del o los fenómenos que le interesan, pues el estudio está orientado a responder interrogantes (p.35). Los estudios descriptivos se sitúan sobre una base de conocimientos más sólida que los exploratorios. En este nivel, el problema observado es claro; sin embargo, se requiere más información para crear caminos que conduzcan al descubrimiento de relaciones causales. En consecuencia, la investigación en curso busca observar el nivel de comunicación interna en los colaboradores de dicha institución educativa.

La investigación descriptiva simple presenta el siguiente gráfico:

Descriptivo simple.

Donde: M-----O M.:

Los colaboradores de la institución educativa Alfa ubicada en Ventanilla O.:

Nivel comunicación interna

Diseño de la investigación

La presente investigación es de diseño No Experimental, como lo define Hernández, et.al. (2014) en una investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible modificarlas (p.152). Por lo tanto, el estudio en curso sólo busca describir la variable comunicación interna sin establecer algún tipo de manipulación sobre la misma.

Método

De acuerdo a Carvajal (2010), el método inductivo, es uno de los métodos de razonamiento e investigación más adecuados e importantes a nivel de metodología. Por lo tanto, se entiende por deducción a toda conclusión que se determina luego de un razonamiento. En un sentido más particular, la deducción es la demostración de una afirmación tomando en cuenta las leyes de investigación en base a un problema observable (p.233). Por lo tanto, se estudian las teorías que plantean un adecuado plan de comunicación interna para contrastarlas con la situación de la institución educativa Alfa de Ventanilla.

3.2 Operacionalización de variable

(Ver en el anexo 4)

3.3 Población, muestra y muestreo

Población

De acuerdo a Carrasco (2006), la población, son las unidades de análisis que constituyen todos los elementos con características determinadas donde se desarrolla el trabajo de investigación dado (p.236). Así también, Valderrama (2013) la población es un conjunto finito o infinito de elementos o seres con atributos o características comunes, susceptibles de ser observados (p.67). El autor indica que, en la medida que no es posible realizar una evaluación de toda la población, sería recomendable seleccionar una muestra que sea fiel reflejo de ella

Tomando en cuenta lo explicado, la población del presente trabajo de investigación está conformada por 50 colaboradores de la Institución educativa Alfa conformados por directivos, personal administrativo, docentes y plana docente (profesores y auxiliares) en Ventanilla.

Dicho personal consiste entre los 28 y 60 años de edad, de niveles socioeconómicos B y C especializados en educación y formación del estudiante. Estas personas se caracterizan por ser altamente dinámicas, sociables y proactivas. A muchos de ellos les gusta utilizar términos modernos en el vocabulario para llegar con más efectividad a sus alumnos, además de que emplean la tecnología con el fin de adquirir nuevos conocimientos y tener un mayor acercamiento con sus estudiantes.

Cabe indicar que esta información ha sido proporcionada por el área administrativa del respectivo centro de estudios.

Muestra

Según Carrasco (2006) la muestra es un fragmento representativo de la población total, tomando en cuenta particularidades objetivas y que respondan al objetivo de investigación

(p.237). Calderón y Alzamora (2010) señalan que la muestra consiste en la obtención o selección de un subconjunto de elementos que pertenecen a la población de forma proporcional (p.67).

Tomando en cuenta la cantidad de sujetos investigados, la presente investigación presenta una muestra censal, pues no se altera la conformación del mismo tomando en cuenta la población de estudio. La muestra es censal, debido a que se selecciona el total de la población tomando en cuenta el número manejable de individuos (50). En este sentido Ramírez (2005) determina que este tipo de muestra es aquella donde todas las unidades de estudio son consideradas en su totalidad (p.77). Por lo tanto, considerando que la población es pequeña se asumirá a los 50 colaboradores de la institución educativa Alfa de Ventanilla durante el 2019.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

De acuerdo a Hernández, et al. (2014) las técnicas de recolección de datos pueden ser variados y dependen del enfoque de investigación: si es cuantitativa las técnicas pueden ser encuestas, sistemas de mediciones fisiológicas, aparatos de precisión, etc. y en las cualitativas pueden ser la observación, la entrevista, el focus group, entre otros (p.14). Por tanto, la técnica es la forma cómo se recaudó o recogió los datos en el lugar de los acontecimientos. Tomando en cuenta lo expuesto, el presente estudio está determinado por la técnica de encuesta tomando en cuenta su naturaleza cuantitativa.

Respecto al instrumento, Bernal (2010) señala que el cuestionario es una herramienta de investigación conformado por una cantidad de preguntas o ítems con la finalidad de obtener datos importantes de la muestra de estudio en el proceso de investigación (p.194). La forma correcta de recolección de datos se centra en la aplicación de dicho instrumento, previamente evaluado por expertos profesionales y validado a través de los mismos. Por tanto, la ficha técnica del instrumento es la siguiente:

Nombre del Instrumento: Cuestionario sobre nivel de comunicación interna

Autora: Lizett Milagros Olivos Velásquez

Aplicación: Individual

Finalidad:

Ámbito de aplicación: El cuestionario se aplicará a los 28 colaboradores de la Institución educativa Alfa, sin distinción de género.

Materiales: Cuestionario impreso

La aplicación, se va a realizar una encuesta tiene que identificar el grupo de personas a quienes va dirigido el cuestionario y facilitar los materiales para los encuestados en la aplicación de dicho instrumento.

Para el encuestado, el cuestionario a desarrollar costará de 20 ítems relacionadas con las cuatro dimensiones de la variable nivel de comunicación interna donde se aplica la escala de Likert y los siguientes niveles: totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Dicho instrumento tiene como objetivo describir la comunicación interna de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019.

La duración máxima es de 20 minutos aproximadamente donde las personas encuestadas deben leer cada ítem y responder de acuerdo al grado de conformidad que tengan con cada uno de estos.

No se permitirán respuestas en blanco y, en casos se presentase, se asignará dos puntos al ítem, ya que se considerará una puntuación neutral.

El ámbito de aplicación del instrumento se realizará en los tres niveles que presenta la Institución (inicial, primaria y secundaria).

El instrumento consta de cuatro dimensiones:

La primera dimensión, operativa, que tiene como indicadores a Información de la organización y trabajo de la organización, presenta cuatro ítems.

La segunda dimensión, estratégica, que tiene como indicadores a objetivos de la organización y objetivos personales, presenta cuatro ítems.

La tercera dimensión, cultural, que tiene como indicadores a Valores, normas y principios, presenta cinco ítems.

La cuarta y última dimensión, motivacional, que tiene como indicadores a Logros oportunidades de crecimiento, acciones, presenta siete ítems.

Validez y confiabilidad del instrumento

Validez

De acuerdo a Hernández, et al. (2014), la validez, consiste en el grado en que el instrumento incorpora la mayor parte o totalidad de contenidos que describen el problema de investigación (p.16). En consecuencia, el cuestionario será aprobado por especialistas temáticos y metodológicos en el tema a través de una lista de cotejo que constituye la herramienta de evaluación por parte de los mismos (Ver la tabla 1 en el anexo 5).

En relación de la fórmula siguiente:

$$V = \frac{S}{(n(c-1))}$$

Siendo:

S= La suma de sí

SI= Valor asignado por el juez n= número de

jueces c= número de valores de la escala de

valoración

Confiabilidad

Sobre la confiabilidad del instrumento, esta se medirá a través de herramientas de consistencia interna como el Coeficiente Alfa de Cronbach. Hernández, et al. (2014) indican que la confiabilidad comprende la exactitud de la medición, pues está vincula el nivel de coherencia con que se realiza una medición (p.20).

Para medir la magnitud del nivel de confiabilidad, diríjase a la tabla 2 del anexo 5.

Dicho procedimiento permitirá calcular la confiabilidad del instrumento (cuestionario). La fórmula es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Alfa de Cronbach

Donde:

K: El número de ítems

S_i^2 : Sumatoria de Varianzas de los ítems

S_t^2 : Varianza de la suma de los ítems

α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

Para visualizar los resultados del coeficiente de Alfa de Cronbach, diríjase a la tabla 3 en el anexo 5.

En el presente estudio, el coeficiente alfa de Cronbach total del instrumento fue de 0.94, ubicándose en el rango excelente confiabilidad. El número de elementos corresponde al número de preguntas consideradas en el instrumento.

Para el procedimiento de recolección de datos, primero tuvimos que procesar los datos utilizando la escala de Likert, para posterior a ello emplear el análisis descriptivo mediante la medición de frecuencias.

3.5 Métodos de análisis de datos

De acuerdo Hernández, et al. (2014), en el momento que los datos se han recogido y transferido a una matriz se procede a analizar los mismos por medio de un programa informático. Por lo tanto, en el presente estudio se procesarán a través de la estadística descriptiva que consiste en describir los valores o puntuaciones obtenidos por la variable. En este caso se utilizó frecuencias, porcentajes y gráficos.

3.6 Aspectos éticos

Respecto a los aspectos éticos, a partir de la investigación realizada, se toma en cuenta principios éticos importantes en relación a la ética y la deontología del comunicador y la comunicación corporativa implementado por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo. Estos se relacionan con la sociedad y la profesión en el cumplimiento del objetivo del estudio que es describir la comunicación interna de la

Institución educativa Alfa desde la perspectiva de los colaboradores en Ventanilla durante el 2019. Dicho objetivo se basa en analizar los resultados por parte de los colaboradores del centro educativo quienes evaluarán la gestión de la comunicación interna, así como mejorar el uso de herramientas o canales de comunicación en este tipo de público con el fin de que los objetivos organizacionales mejoren. Ante ello, el deber ético del comunicador social se basa en competencias profesionales y laborales requeridas en el campo de la comunicación corporativa. Además, se destaca el respeto por la propiedad intelectual, esto se fundamenta en que el trabajo de investigación cumple con criterios fundamentales como la honestidad y responsabilidad en el desarrollo de contenidos teóricos citados, tomando en cuenta la normativa internacional APA.

IV. RESULTADOS

Objetivo general

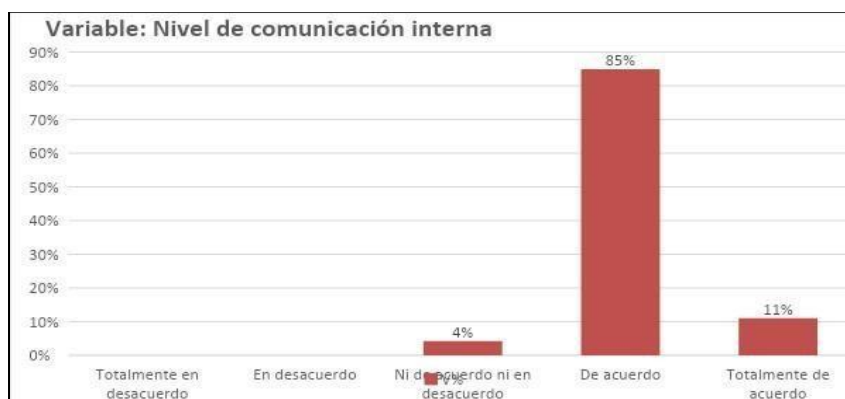
Describir el nivel de comunicación interna de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla, 2019.

Tabla general de la variable:

NIVEL DE COMUNICACIÓN INTERNA		
	V	V%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	4%
De acuerdo	42	85%
Totalmente de acuerdo	5	11%
Total población o muestra	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico general de la variable



Fuente: Elaboración propia

Descripción: De acuerdo con la figura podemos ver que, del total, un 11% afirma estar totalmente de acuerdo con que existe un nivel de comunicación interna, un 85% dice estar de acuerdo con esta afirmación, 4% dice no estar ni de acuerdo, ni tampoco en desacuerdo con dicha afirmación.

Interpretación: Podemos inferir que del total de los encuestados con un 85% señalan estar de acuerdo con que existe un nivel de comunicación interna alta en la Institución educativa Alfa, esto es debido a la información que la organización facilita a los colaboradores, es clara y concisa, un 1% está totalmente de acuerdo con dicha afirmación y un 4% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la misma.

Objetivo específico 1:

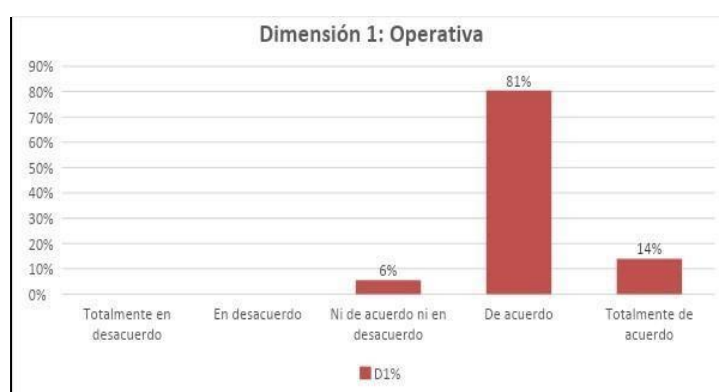
Describir la dimensión operativa en los colaboradores de la Institución educativa Alfa, en Ventanilla, 2019.

Tabla de la primera dimensión

	OPERATIVA					
	Infor. de Org Infor. del trabajo					
	P1	P2	P3	P4	D1	D1%
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0%
En desacuerdo	0	0	0	0	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	4	1	2	3	6%
De acuerdo	40	36	42	43	40	81%
Totalmente de acuerdo	6	10	7	5	7	14%
Total población o muestra	50	50	50	50	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico de la primera dimensión:



Fuente: Elaboración propia

Descripción: De acuerdo con la figura podemos ver que un 81% del total dice estar de acuerdo con la dimensión operativa, un 14% de la población dice estar totalmente de acuerdo con lo que implica la dimensión ya mencionada y sólo un 6% dice no estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

Interpretación: Podemos inferir que cerca del total de mis encuestados con un 81% señalan estar de acuerdo que en la Institución educativa Alfa posee un nivel alto respecto a esta dimensión, esto se debe a la información de la organización de la misma y la información del trabajo que se le brinda a cada uno de sus colaboradores de sus funciones a cumplir, un 7% dice estar totalmente de acuerdo con dicha afirmación y una minoría con un 3% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Objetivo específico 2:

Describir la dimensión estratégica en los colaboradores de la Institución educativa Alfa, en Ventanilla, 2019.

Tabla de la segunda dimensión

	ESTRATÉGICA					D2	D2%
	Ob. de la org. Ob. Per						
	P5	P6	P7	P8	D2	D2%	
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0%	
En desacuerdo	0	0	0	0	0	0%	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	1	3	1	2	4%	
De acuerdo	43	44	41	43	43	86%	
Totalmente de acuerdo	5	5	6	6	6	11%	
Total población o muestra	50	50	50	50	50	100%	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico de la segunda dimensión:



Fuente: Elaboración propia

Descripción: De acuerdo con la figura podemos ver que de los 50 encuestados, un 11% dice estar totalmente de acuerdo con la dimensión estratégica, un 86% dice estar de acuerdo, y sólo un 4% dice no estar ni de acuerdo, ni tampoco, estar en desacuerdo con la dimensión ya mencionada.

Interpretación: De acuerdo con la figura se colige que cerca del total de mis encuestado, un 86% los colaboradores señalan estar de acuerdo que la Institución educativa Alfa comunica adecuadamente, logrando un nivel alto de comunicación entre sus colaboradores, esto se debe a como comunica e incentiva a sus colaboradores a realizar los objetivos que tiene como organización y el apoyo que brinda a cada uno de ellos para el desarrollo de sus objetivos personales, un 11% dice estar totalmente de acuerdo con dicha afirmación y un 4% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Objetivo específico 3:

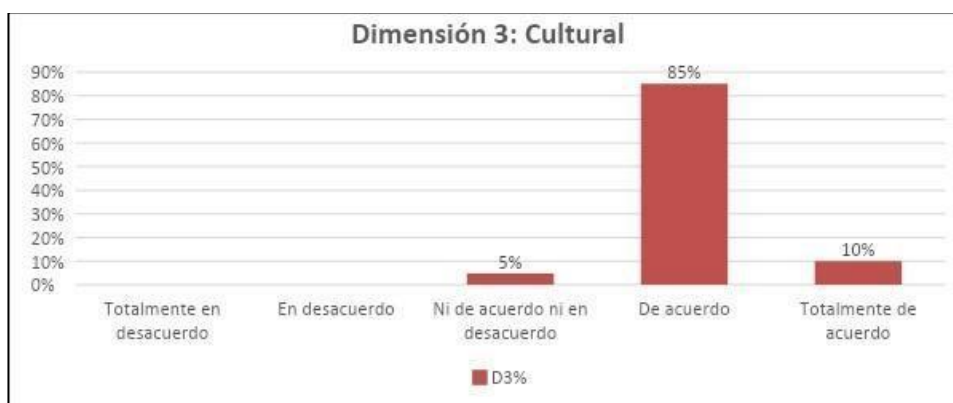
Describir la dimensión cultural en los colaboradores de la Institución educativa Alfa, en ventanilla, 2019

Tabla de la tercera dimensión

	CULTURAL					D3	D3%
	Valores Normas Principios						
	P9	P10	P11	P12	P13		
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0	0%
En desacuerdo	0	0	0	0	0	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5	2	0	4	2	5%
De acuerdo	42	40	40	45	45	42	85%
Totalmente de acuerdo	6	5	8	5	1	5	10%
Total población o muestra	49	50	50	50	50	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico de la tercera dimensión:



Fuente: Elaboración propia

Descripción: De acuerdo con la figura podemos ver que del total de los encuestados, un 10% dice estar totalmente de acuerdo con que se dé todo lo que comprende la dimensión cultural, un 85% dice estar de acuerdo con dicha dimensión y sólo un 5% dice no estar ni de acuerdo, ni tampoco estar en desacuerdo.

Interpretación: Podemos deducir con la figura que cerca de la totalidad de mis encuestados, un 85% indican estar de acuerdo que la Institución educativa Alfa logra comunicar en un nivel alto sus valores, normas y principios que presenta la misma, un 5% dice estar totalmente de acuerdo con dicha información y otro 5% dice no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

Objetivo específico 4:

Describir la dimensión motivacional en los colaboradores de la Institución educativa Alfa, en Ventanilla, 2019.

Tabla de la cuarta dimensión

	MOTIVACIONAL								D4	D4%
	Logros		Opor. de crec.		Acciones					
	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20			
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	
En desacuerdo	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3	0	1	3	1	0	1	3%	
De acuerdo	45	41	44	47	42	45	45	44	88%	
Totalmente de acuerdo	3	6	6	2	5	4	5	4	9%	
Total población o muestra	50	50	50	50	50	50	50	50	100%	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico de la cuarta dimensión:



Fuente: Elaboración propia

Descripción: De acuerdo con la figura podemos ver que del total de los encuestados, un 9% está totalmente de acuerdo con que se aplique la dimensión motivacional, un 88% que es su mayoría está de acuerdo y sólo un 3% dice no estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo con dicha dimensión.

Interpretación: Podemos inferir que cerca del total de mis encuestados, un 88% señalan estar de acuerdo que la Institución educativa Alfa posee un nivel de comunicación interna alto, ya que

comunica de manera adecuada los logros alcanzados de sus colaboradores, además de brindar distintas oportunidades de crecimiento de los mismos, además señalan que están de acuerdo con las acciones que toma la misma, un 9% dice estar totalmente de acuerdo con dicha afirmación y sólo un 3% dice no estar de acuerdo ni desacuerdo.

V. DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados a nivel antecedentes

En este trabajo se describe básicamente el nivel de comunicación interna en los colaboradores de la Institución educativa Alfa en Ventanilla, 2019. Este estudio permite saber si la comunicación que se evidencia en la Institución ya mencionada es alta o medianamente aceptable, además de conocer si se está considerando correctamente los nuevos procesos para obtener una comunicación interna óptima tal como indica Formanchuk en su plan de comunicación interna aplicando las “6d”.

Respecto al objetivo general que consiste únicamente en describir el nivel de comunicación interna de los colaboradores, los resultados indicaron que en un 85% están de acuerdo con que en la Institución educativa Alfa presenta un nivel alto de comunicación interna en sus colaboradores; esto se discrepa de los resultados hallados en el estudio realizado por Pacheco (2018), quien encontró que en un 64,3% casi siempre se presenta la comunicación interna de manera aceptable en su institución de estudio.

En relación al objetivo específico uno, que consiste en describir la dimensión operativa de la Institución educativa Alfa en los colaboradores, se encontró que un 81% están de acuerdo que existe un nivel de medio a alto de comunicación interna en la institución ya mencionada, esto se difiere los resultados hallados por Trani (2015), donde indica que el 50% de las organizaciones gestiona las acciones de comunicación y que únicamente se va a mejorar si se contribuye con los canales, instrumentos y estrategias de la comunicación interna.

En relación al objetivo específicos dos, que consiste en describir la dimensión estratégica de la Institución educativa Alfa en los colaboradores, se halló que un 86% está de acuerdo que la institución posee un nivel alto de comunicación interna eso se evidencia a cómo comunica e incentiva a sus colaboradores a realizar los objetivos que tiene como organización y el apoyo que brinda a cada uno de ellos para el desarrollo de sus objetivos personales, la cual tiene resultado totalmente distinto con la investigación de Tello y Sernaqué (2016), quienes encontraron que un 85% indica que existe baja productividad de su centro educativo, tomando en cuenta a los directivos, docentes hasta el personal

administrativo. También, que los colaboradores desconocen los tipos de planes de comunicación y las estrategias existentes. Esto es lo contrario a lo que nosotros hemos encontrado en esta institución.

En relación al objetivo específico tres, que consiste en describir la dimensión cultural de la Institución educativa Alfa en los colaboradores, donde se halló que un 85% dice estar de acuerdo con que dentro de la institución ya mencionada existe un nivel aceptable de medio a alto de comunicación interna, ya que esta misma comunica óptimamente sus normas, valores y principios. Estos resultados se difieren con los del estudio de Mayorga (2016), donde se encontró que un 46,7% de los colaboradores indican que el tipo de comunicación interna es positiva, y el mismo considera este porcentaje alto

En relación al objetivo específico cuatro, que consiste en describir la dimensión motivacional de la Institución educativa Alfa, donde se encontró un 88% de los encuestados indican que si existe un nivel alto de comunicación interna en esta institución, ya que sí comunica de manera adecuada los logros personales y grupales que tienen sus colaboradores, así como motiva con hechos el cumplimiento de metas profesionales y personales de su equipo de trabajo. Estos resultados son semejantes a los del estudio de Umaña (2015), donde encontró que un 90 % de los colaboradores son conscientes que la comunicación interna del restaurante incide en la satisfacción laboral de los mismos. Además este autor llegó a la conclusión que cuando los colaboradores están motivados, estos actúan con mayor entusiasmo cuando reciben las instrucciones claras y cumplen sus labores encomendadas por sus líderes.

5.2 Discusión de resultados a nivel de teoría

Según la teoría del funcionalismo de Lozano (2011), esta teoría “talla en la sociedad, sociología, ciencia que estudia los comportamientos del entorno, otorgando acciones como valores, roles, colectividades para lograr objetivos trazados, normas de convivencia y una serie de comportamientos” (p.40).

Esta teoría estudiada en el trabajo de investigación de Pacheco en su tesis titulada, La comunicación interna de los trabajadores en la Institución educativa Master Ingenieros en San Juan de Lurigancho, 2017 es la misma teoría estudiada en esta presente investigación ya que se considera adecuada estudiar dicha teoría asociada a Emilie

Durkheim ya que el menciona valores, roles y normatividad las cuales nuestro autor base, Alejandro Formanchuk que es especialista en comunicación interna, menciona en su libro “plan de comunicación interna, 6d” del cual se ha elaborado dicha investigación en base a lo que él plantea.

Ya que con ello estaríamos confirmando que esta teoría tiene sumamente relación con nuestro trabajo ya que dentro de nuestros indicadores nosotros hemos podido determinar cuál es la dimensión más destacada, logrando a la conclusión que la cuarta dimensión, es decir la dimensión motivacional es la que más destaca en este presente estudio. Esto se evidencia en los indicadores y los resultados obtenidos a través de las encuestas que se han realizado en la Institución de estudio.

Finalmente, con la teoría de la contingencia en el estudio de Trani (2015), nos dice que la comunicación se establece como un elemento esencial en las organizaciones, a través de la cual los trabajadores expresan y comparten la cultura. Así como la función que cumple la comunicación es de suministrar a los miembros de la organización la información necesaria acerca de la cultura de la misma.

Esto es importante, ya que nuestro autor base, Alejandro Formanchuck en la tercera dimensión, la cultural menciona claramente ello por ende comparando esta teoría con la teoría del funcionalismo tiene relación, con la diferencia que esta se encarga de brindar la información necesaria e integrar a cada miembro de la organización a identificarse con la cultura.

VI. CONCLUSIONES

Primera: Se determina que la comunicación interna en la institución se encuentra en un nivel de medio a alto. De nuestra encuesta aplica a los colaboradores en la Institución educativa Alfa en Ventanilla, se obtuvo un 85% está de acuerdo con que existe un nivel alto de comunicación interna, esto se debe a la información que la organización facilita a los colaboradores, es clara y concisa, un 1% está totalmente de acuerdo con dicha afirmación y un 4% dice no estar ni de acuerdo, ni tampoco, estar en desacuerdo con la misma.

Segunda: Se determina que la Institución educativa Alfa posee un nivel alto en relación a la dimensión operativa, un 81% están de acuerdo que la institución comunica adecuadamente la información de la organización de la misma y la información del trabajo que cada uno de sus colaboradores realizan, un 7% dice estar totalmente de acuerdo con dicha afirmación y la minoría con un 3% dice no estar ni de acuerdo, ni tampoco, en desacuerdo.

Tercera: Se determina que la Institución educativa Alfa tiene un nivel alto en relación a la dimensión estratégica, un 86% los colaboradores indican estar de acuerdo con que la institución comunica óptimamente los objetivos que tiene como organización y brinda apoyo a cada uno de sus colaboradores para el desarrollo de sus objetivos personales, un 11% dice estar totalmente de acuerdo con dicha afirmación y un 4% dice no estar ni de acuerdo, ni tampoco estar en desacuerdo.

Cuarta: Se determina que la Institución educativa Alfa tiene un nivel alto en relación a la dimensión estratégica, un 85% dice estar de acuerdo con que la Institución educativa Alfa comunica adecuadamente sus valores, normas y principios que presenta la misma, un 5% dice estar totalmente de acuerdo con dicha información y otro 5% dice no estar de acuerdo, ni tampoco estar en desacuerdo.

Quinta: Se determina que la Institución educativa Alfa tiene un nivel alto en relación a la dimensión motivacional, cabe mencionar que es esta dimensión que más resalta, dentro de la investigación, un 88% dice estar de acuerdo con que la Institución educativa Alfa, comunica de manera práctica y adecuada los logros de sus colaboradores, además de brindar distintas oportunidades de crecimiento de los mismos.

VII. RECOMENDACIONES

Primera: La Institución educativa Alfa debe continuar poniendo en prácticas distintas técnicas con la finalidad de mejorar la relación ya existente entre todos los colaboradores. Por lo cual se recomienda generar un plan estratégico, y gestionarlo para seguir mejorando y sobre todo mantener el nivel alto que posee dicha institución de comunicación interna. Es importante mencionar que esta labor, conector del tema es un comunicador, el cual este trabajará en equipo con las demás áreas que todo juntos, trabajando en equipo logrará beneficios para la institución.

Segunda: Para que se mantenga el nivel de comunicación interna que tiene la Institución por parte de los colaboradores, se recomienda generar mensualmente un canal de sugerencias, además de encuestas anónimas, para conocer el sentir de cada uno de los colaboradores, por medio de esto ellos expresarán de manera anónima como le gustaría que mejore la comunicación entre los líderes y los colaboradores, y que medios de comunicación se pueden implementar para que todos de manera conjunta lo utilizan.

Tercera: Al desarrollar las encuestas se ha podido observar claramente que la comunicación es clara y la información es precisa y a su vez concisa. Sin embargo es importante recalcar la importancia de utilizar los medios de comunicación, además de medios audiovisuales para captar así mucho más la atención y que los colaboradores entiendan el mensaje. Se recomienda implementar una plataforma exclusivamente para los colaboradores donde visualicen las normas, principios y valores de la empresa, así como la labor de cada uno de ellos, es decir poner en práctica lo que recomienda “Formanchuk en su plan de comunicación interna, 6d”

Cuarta: Es muy importante realizar de manera constante reuniones, charlas y sobre todo reuniones de camaradería para así conocer la opinión del equipo humano que trabaja para la Institución educativa Alfa, así generará aumentar la comunicación cara a cara, considerándose esta la más efectiva, ya que ofrecerá una completa información visual y auditiva con cada uno de los colaboradores generando así confianza.

Quinta: Se recomienda que se realice capacitaciones constantes a los colaboradores, y a los encargados de distintas áreas tomar clases de coaching, estas clases deben ser asumidas por la Institución ya que notarán el cambio de manera inmediata.

REFERENCIAS

- Alant, E. (2017). *Augmentative and Alternative Communication: Engagement and Participation*. San Diego, CA: Plural Publishing, Inc. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1734197&lang=e s&site=eds-live>
- Bernal, A. (2012). *Metodología de la Investigación Científica*. Bogotá: Pontificia Editorial Pearson.
- Bendezu, S. (2016). *La comunicación interna y su incidencia en el fortalecimiento de la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de la Perla, Callao*. Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/4942/3/Bendezu_ts.pdf
- Botez, S. (2019). *Analysis of Internal Communication in High School education inteleorman Conty. Euromentor Journal*, 10(2), 83-98. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2252024325?accountid=37408>
- Carvajal, L. (2010). *Metodología de la Investigación*. España: Editorial: FAID.
- Calderòn, J. y Alzamora, L. (2010). *Metodología de la Investigación cientpifica en posgrado. España: Spanish Edition*.
- Cowan, D. (2017). *Strategic Internal Communication: How to Build Employee Engagement and Performance (Vol. Second edition)*. New York: Kogan Page. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1526370&lang=e s&site=eds-live>
- Chen, L. (2017). *Intercultural Communication*. Boston: De Gruyter Mouton. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1504955&lang=e s&site=eds-live>

Formanchuk, A. (2014). *Comunicación interna 2.0: un desafío cultural*. Buenos

Aires: Edición Formanchuk y Asociados

Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Recuperado de

http://www.academia.edu/15265809/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_-_Sexta_Edici%C3%B3n

Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, L. (2010). *Metodología de Investigación*.

México: McGraw-Hill.

Hernández, S., Fernández C., Baptista L. (2014). *Metodología de la*

Investigación. (6ª ed.). México: Editorial Mc Graw Hill.

Lozano, J. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de las masas*.

México: Pearson Educación.

Mayo, S. (2013). *Estudios de casos en comunicación organizacional: perspectivas y prácticas éticas* (Vol. 2ª ed.). Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.

Recuperado

de

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=474180&lang=es&site=eds-live>

Mayorga, E. (2016). *Diagnóstico de Comunicación Interna en el área*

Administrativa y personal de oficina de la Asociación Peruana Central, 2016.

(Tesis de Licenciatura). Recuperado de

http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/369/Liany_Tesis_bachiller_2

[016.pdf;jsessionid=7B5E2A93854F6A577CAB9AEC2C00AE43?sequence=1](http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/369/Liany_Tesis_bachiller_2_016.pdf;jsessionid=7B5E2A93854F6A577CAB9AEC2C00AE43?sequence=1)

Mazzei, A. (2017). Promoting active communication behaviours through internal communication. *Corporate Communications*, 15(3), 221-234.

doi:<http://dx.doi.org/10.1108/13563281011068096>

- Musah Adiza, A., Zulkipli, G., & Ahmad, N. S. I. (2017). Relationship between Organizational Communication and Job Satisfaction in Temporary Work Environment: An Empirical Study of Plant Turnaround Workers. *Global Business & Management Research*, 9, 73–84. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=122717253&language=es&site=eds-live>
- Narat Wattanapanit1. (2019). An Investigation of the influences of Organization Communication Patterns upon Team Effectiveness among Private Universities in Thailand: A Multivariate Analysis. *Journal of Institutional Research South East Asia*, 17(1), 120–136. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=137083559&language=es&site=eds-live>
- Ocampo, M. (2014). *Comunicación empresarial plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones*. (2ª ed.). Barcelona: Oberta UOC Publishing, SL.
- Ors, M. P. (2008). La incomunicación interna en la universidad española/Internal incommunication at the spanish university. *Revista Latina De Comunicación Social*, (63), 277-286. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/664919610?accountid=37408>
- Pacheco, L. (2017). *La comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16440/Pacheco_ML.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Popescu, C., & Iacob, S. (2017). Improving Organizational Communication. Valahian

Journal of Economic Studies, 8(3), 39–46. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=131958591&language=es&site=eds-live>

Ramírez, A. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Rogers, D. P. (2015). The Content of Organizational Communication Texts. *Journal of Business Communication*, 16(1), 57–64. <https://doi.org/10.1177/002194367801600106>

Soto, R. (2015). *La tesis de maestría y doctorado en 4 pasos*. Lima: Universidad César Vallejo.

Tello, J. y Sernaqué, M. (2016). *Análisis de la Comunicación Interna en la unidad de gestión educativa local Ugel N° 02 – S.M.P.* (Tesis de Licenciatura).

Recuperado de http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11181/T055_15299300_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

TUŠEK B, MAMIĆ SAČER I, HALAR P. The Internal Audit Function as an Effective Tool for Increasing Business Success in Digital Economy Era. *Enterprise Odyssey International Conference Proceedings*. January 2018:248-256. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ent&AN=129849623&language=es&site=eds-live>. Accessed November 12, 2019.

TheEMPLOYEEapp launches videocast series for internal communications - internal comms TV (ICTV). (2019, Oct 31). *PR Newswire* Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2310629469?accountid=37408>

Trani, J. (2015). *La Comunicación Interna Una herramienta al servicio de las organizaciones*. (Tesis Maestría). Recuperado de https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/es/catalogo_imagenes/

gr upo.cmd?path=1085723

Umaña, A. (2015). *Comunicación interna y satisfacción laboral, estudio realizado con personal de restaurante de comida Gourmet*. (Tesis de Licenciatura).

Recuperado de

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Uma%F1aAngela.pdf>

Villanueva, E. (2013). *Diagnóstico de la comunicación Interna en la empresa*

Puerto de Coronel. (Tesis de maestría). Recuperado de <http://mcc.ucsc.cl/wpcontent/uploads/sites/26/2018/03/Tesis-ElizabethVillanueva.pdf>

Zamora & Rodríguez (2015), *Impacto de los mensajes de la campaña de comunicación interna de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo en el semestre 2014II en los estudiantes del I y II ciclo de comunicación*. (Proyecto de investigación).

Recuperado de

https://www.academia.edu/15289546/An%C3%A1lisis_de_la_Comunicaci%C3%B3n_interna_de_la_USAT-_Per%C3%BA

Zylberdyk, Y. (2009). *Herramientas de comunicación interna en la empresa*.

Recuperado de

<https://www.gestiopolis.com/herramientascomunicacioninternaempre>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA TEÓRICA

TÍTULO DE LA TESIS:	Nivel de comunicación interna en los colaboradores de la Institución educativa Alfa, Ventanilla, 2019
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea
AUTORA	Olivos Velásquez, Milagros Lizett

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general			
¿Cuál es el nivel de la comunicación interna en los colaboradores de la Institución educativa Alfa en Ventanilla durante el 2019?	Describir la comunicación interna en los colaboradores de la Institución educativa Alfa en Ventanilla durante el 2019.	Nivel de comunicación interna	Operativa Estratégica Cultural	Tipo: Básica Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental Enfoque: Cuantitativo Método: Deductivo

--	--	--	--	--

			Motivacional	
Problemas específicos	Objetivos específicos		Indicadores	Medios de Certificación Técnica/ Instrumento

¿Cuál es el nivel operativo de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019?	Describir la dimensión operativa de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019.		Información de la organización Información del trabajo	Encuesta-Cuestionario
¿Cuál es el nivel estratégico de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019?	Describir la dimensión estratégica de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019.		Objetivos de la organización Objetivos personales	
			Valores Normas Principios	

<p>¿Cuál es el nivel cultural de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019?</p> <p>¿Cuál es el nivel motivacional de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019?</p>	<p>Describir la dimensión cultural de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019.</p> <p>Describir la dimensión motivacional de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019.</p>		<p>Logros</p> <p>Oportunidades de crecimiento</p> <p>Acciones</p>	
---	---	--	---	--

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 2: CUESTIONARIO



Encuesta sobre el nivel de comunicación interna en los colaboradores de la Institución educativa Alfa, Ventanilla, 2019

Estimados, la presente encuesta tiene como objetivo describir el nivel de comunicación interna de la Institución educativa Alfa en los colaboradores en Ventanilla durante el 2019. En ese sentido, le solicito que conteste con la mayor sinceridad posible, de acuerdo a las siguientes instrucciones.

Edad:
Fecha:

Lea detenidamente cada pregunta y marque con una ASPA (X) en la opción que considere más apropiada.

Nº	Preguntas	Totalmente de acuerdo (1)	De acuerdo (2)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	En Desacuerdo (4)	Totalmente en desacuerdo (5)
1	¿Considera usted que la institución educativa comunica eficazmente la estructura organizacional?					
2	¿Considera que la institución educativa comunica eficazmente las funciones que usted realiza y quiénes son sus jefes?					

3	¿Considera usted que la institución educativa comunica eficazmente sobre los horarios de trabajo?					
4	¿Considera que la institución educativa comunica eficazmente sobre los ambientes y lugares de trabajo?					
5	¿Considera que la institución educativa comunica eficazmente los objetivos organizacionales, visión y misión de la misma?					
6	¿Considera que la institución educativa comunica eficazmente sobre la normatividad organizacional?					
7	¿Considera que la institución educativa comunica eficazmente sobre los resultados de mi trabajo?					

8	¿Considera que la institución educativa comunica eficazmente cuando existen cambios en sus responsabilidades?					
9	¿Considera que la institución educativa logra que se sienta identificado (a) con los valores de la misma?					
10	¿Considera que la institución educativa logra que se sienta identificado (a) con las normas de la misma?					
11	¿Considera que la institución educativa logra que se sienta identificado (a) con los principios de la misma?					
12	¿Considera que la institución educativa lo impulsa a cumplir los valores éticos?					
13	¿Considera Ud. que la institución educativa lo impulsa a cumplir los valores morales?					

14	¿Usted aprovecha los resultados de las evaluaciones para mejorar su desempeño en la institución educativa?					
15	¿Usted se adelanta a los cambios de mejora en la institución educativa?					
16	¿Considera que la institución educativa impulsa a generar propuestas de crecimiento, aprendizaje y mejoramiento para la organización?					
17	¿Considera que la institución educativa lo motiva a crecer profesionalmente?					
18	¿Usted considera que la institución educativa valora sus opiniones?					
19	¿La institución educativa lo compromete con el logro de los objetivos organizacionales?					
20	¿La institución educativa comunica sobre la importancia de su trabajo?					

ANEXO 3: VALIDACIÓN DE EXPERTOS



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Tomangulla Reyna Homero

Título y/o Grado: Magíster en Gestión Pública

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....(x) Licenciado....() Otros. Especifique

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 18/09/2019

“NIVEL DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LOS COLABORADORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ALFA, VENTANILLA, 2019”

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	TOTAL	X		

SUGERENCIAS: Corregir en la forma algunas interrogantes

Firma del experto:

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

 Apellidos y nombres del experto: WILLISMS RASH, KERRY VIVIAN
Título y/o Grado:

 Ph. D.....() Doctor.....() Magister....() Licenciado....() Otros. Especifique

 Universidad que labora: CEVA VALLEJO

 Fecha: 18/9/2019
"NIVEL DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LOS COLABORADORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ALFA, VENTANILLA, 2019"

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos a la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	<input checked="" type="checkbox"/>		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		<input checked="" type="checkbox"/>	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
TOTAL				

SUGERENCIAS:-----

Firma del experto:

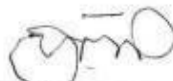


TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Jose Carlos Quintana Longhi

Título y/o Grado:

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....(X) Licenciado....() Otros. Especifique

Universidad que labora: ESAN/USIL

Fecha: 12/09/2019

"LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA EMPRESA THOMAS Y SU RELACIÓN EN EL FORTALECIMIENTO DE SU IDENTIDAD CORPORATIVA, EN SURCO, 2019"

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los items indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	✓		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	✓		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		✓	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

Firma del experto:



Jose Carlos Quintana Longhi
Nombres y apellidos

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

 Apellidos y nombres del experto: Perez Tenorio Jose del C.

Título y/o Grado:

Ph. D... () Doctor... (X) Magister... () Licenciado... () Otros. Especifique

 Universidad que labora: César Vallejo

 Fecha: 13/06/19
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?			
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS: _____

Firma del experto:



Nombres y apellidos

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

 Apellidos y nombres del experto: Villalobos Campana, Yvonne Yaninna

Título y/o Grado:

Ph. D... () Doctor... () Magister... (x) Licenciado... () Otros, Especifique

 Universidad que labora: Universidad Tecnológica del Perú

 Fecha: 13/06/19
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:-----

 Firma del experto: Villalobos
Yvonne Yaninna Villalobos Campana
 Nombres y apellidos

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

 Apellidos y nombres del experto: ROSS ANTEZANA ALFREDO ANGELO
Título y/o Grado:

Ph. D... ()	Doctor... ()	Magister... (x)	Licenciado... ()	Otros. Especifique
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------

 Universidad que labora: Cesar Vallejo

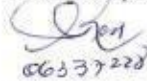
 Fecha: 13 de junio 2019
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS: _____

Firma del experto:



 06337228

Alfredo Ross Antezana
 Nombres y apellidos

ANEXO 4: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE: COMUNICACIÓN INTERNA

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valoración
<p>La comunicación interna es un medio para que las cosas sucedan más no un fin en sí mismo, ya que muchos consideran que</p>	<p>La variable comunicación interna consta de cuatro dimensiones: operativa, estratégica, cultural y motivacional. Tomando en cuenta que se presentan aspectos que conforman la misma como información de la organización, del tipo de trabajo, los objetivos</p>	Operativa	<p>Información de la organización</p>	<p>1. ¿Considera usted que la institución educativa comunica eficazmente la estructura organizacional? 2. ¿Considera que la institución educativa comunica eficazmente las funciones que usted realiza y quiénes son sus jefes?</p>	<p>Totalmente de acuerdo (5) De acuerdo (4)</p>
			<p>Información del trabajo</p>	<p>3. ¿Considera usted que la institución educativa comunica eficazmente sobre los horarios de trabajo? 4. ¿Considera que la institución educativa comunica eficazmente sobre los ambientes y lugares de trabajo?</p>	<p>Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2)</p>

<p>el objetivo de la comunicación interna es enviar mensajes para provocar acciones. (Formanchuk, 2014).</p>	<p>personales, las acciones de la empresa, valores, normas y principios de la misma, así también logros y oportunidades de crecimiento por parte de los colaboradores.</p>	<p>Estratégica</p>	<p>Objetivos de la organización</p>	<p>5.¿Considera que la institución educativa comunica eficazmente los objetivos organizacionales, visión y misión de la misma? 6.¿Considera que la institución educativa comunica eficazmente sobre la normatividad organizacional?</p>	<p>Totalmente en desacuerdo (1)</p>
--	--	--------------------	-------------------------------------	---	-------------------------------------

			<p>Objetivos personales</p>	<p>7. ¿Considera que la institución educativa comunica eficazmente sobre los resultados de mi trabajo? 8. ¿Considera que la institución educativa comunica eficazmente cuando existen cambios en sus responsabilidades?</p>	
--	--	--	-----------------------------	---	--

		Cultural	Valores	<p>9. ¿Considera que la institución educativa logra que se sienta identificado (a) con los valores de la misma?</p> <p>10. ¿Considera que la institución educativa lo impulsa a cumplir los valores éticos?</p> <p>11. ¿Considera Ud. que la institución educativa lo impulsa a cumplir los valores morales?</p>	
			Normas	12. ¿Considera que la institución educativa logra que se sienta identificado (a) con las normas de la misma?	
			Principios	13. ¿Considera que la institución educativa logra que se sienta identificado (a) con los principios de la misma?	
		Motivacional	Logros	<p>14. ¿Usted aprovecha los resultados de las evaluaciones para mejorar su desempeño en la institución educativa?</p> <p>15. ¿Usted se adelanta a los cambios de mejora en la institución educativa?</p>	

			Oportunidades de crecimiento	16. ¿Considera que la institución educativa impulsa a generar propuestas de crecimiento, aprendizaje y mejoramiento para la organización? 17. ¿Considera que la institución educativa lo motiva a crecer profesionalmente?	
			Acciones	18. ¿Usted considera que la institución educativa valora sus opiniones? 19. ¿La institución educativa lo compromete con el logro de los objetivos organizacionales? 20. ¿La institución educativa comunica sobre la importancia de su trabajo?	

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 5: TABLAS DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Experto 1: Mg. Perez Terrones, José Del Carmen - UCV

Experto 2: Mg. Villaflor Campana, Yvonne Yaninna - UTP

Experto 3: Mg. Ross Antezana, Alfredo Ángel - UCV

Tabla 1: Coeficiente de validación de datos

Preguntas	experto 1	experto 2	Experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	1	100%
ITEM 2	1	1	1	1	100%
ITEM 3	1	1	1	1	100%
ITEM 4	1	1	1	1	100%
ITEM 5	1	1	1	1	100%
ITEM 6	1	1	1	1	100%
ITEM 7	1	1	1	1	100%
ITEM 8	1	1	1	1	100%
ITEM 9	0	0	0	0	0%
ITEM 10	1	1	1	1	100%
ITEM 11	1	1	1	1	100%
					91%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Nivel de confiabilidad

Rangos	Magnitud
0.01 a 0.20	Confiabilidad nula
0.21 a 0.40	Confiabilidad baja
0.41 a 0.60	Confiable
0.61 a 0.80	Muy confiable
0.81 a 1.00	Excelente confiabilidad

Fuente: Soto (2015, p.78)

Tabla 3: Coeficiente de alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.94	10	20

Fuente: Elaboración propia

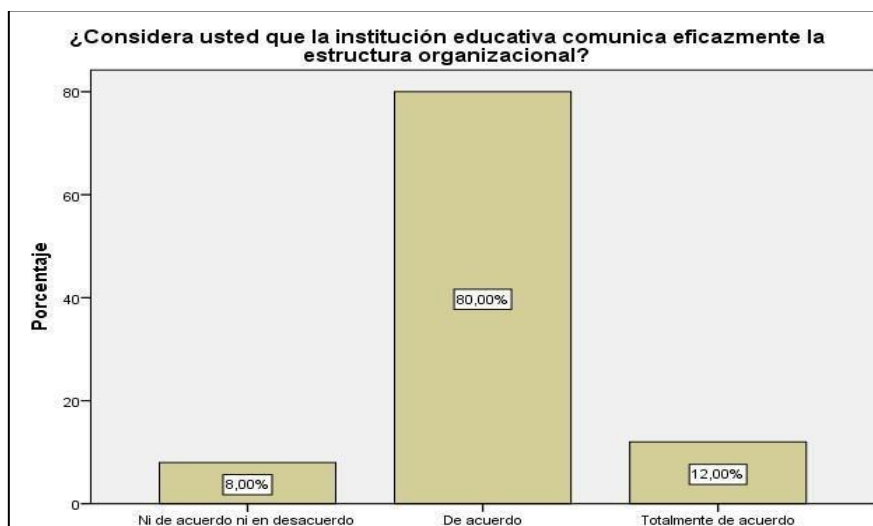
ANEXO 6: TABLAS Y GRÁFICOS DE FRECUENCIAS GENERALES

Tabla 1:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	8,0	8,0	8,0
De acuerdo		80,0	80,0	
Totalmente de acuerdo	40		12,0	88,0
Total			100,0	
	6	12,0		100,0
		100,0		
	50			

Fuente: Elaboración propia **Pregunta**

1:



Fuente: Elaboración propia

Descripción: De acuerdo con el gráfico podemos ver que, del total de mis encuestados, el 80% está de acuerdo, el 12% está totalmente de acuerdo con dicha afirmación y un 8% no está ni de acuerdo, ni tampoco, en desacuerdo.

Interpretación: Con el gráfico podemos inferir que el 80% del total de mis encuestados están de acuerdo que la Institución educativa Alfa, en Ventanilla, 2019 comunica adecuadamente la estructura organizacional de la misma, esto se debe a que la Institución al momento de ingresar cada uno de sus colaboradores les brinda dicha información y un 12% está totalmente de acuerdo con dicha afirmación y sólo un 8% no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo con la misma.

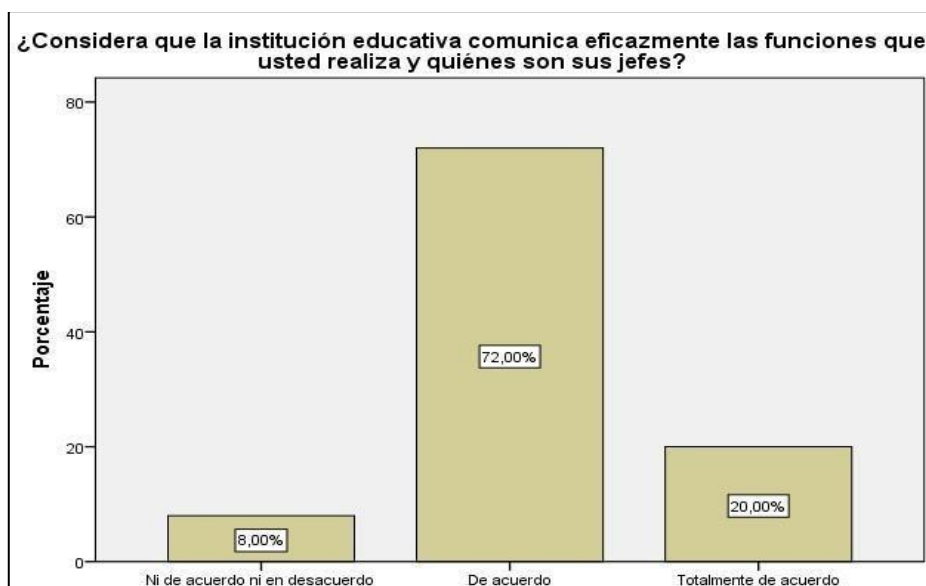
Tabla 2:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	8,0	8,0	8,0
De acuerdo			72,0	80,0
Totalmente de acuerdo	36	72,0		

Total	10	20,0	20,0	100,0
	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia **Pregunta**

2:



Fuente: Elaboración propia

Descripción: De acuerdo con el gráfico podemos ver que el 72% del total de mis encuestados están de acuerdo con dicha afirmación, el 20% está totalmente de acuerdo con la misma y el 8% no está ni de acuerdo, tampoco, ni en desacuerdo.

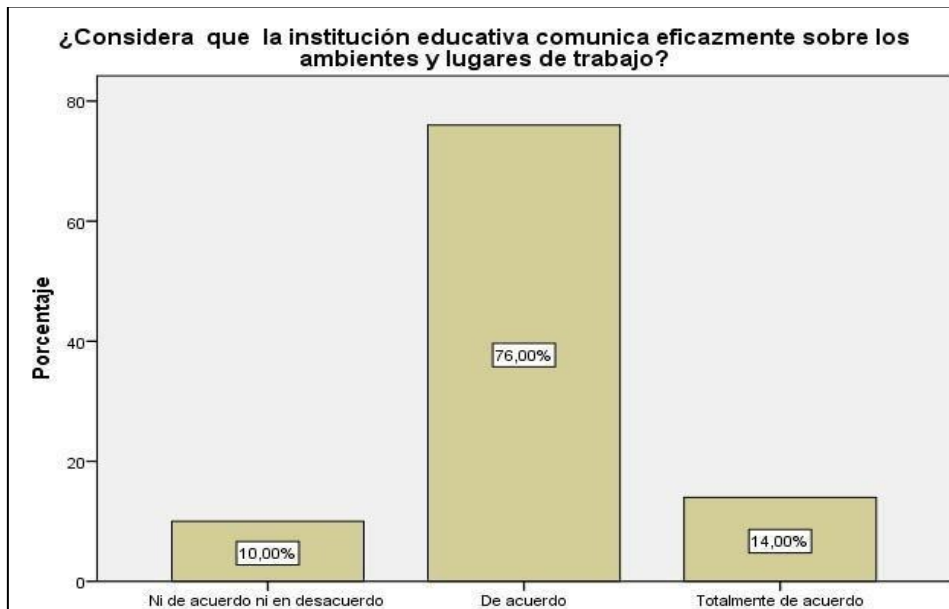
Interpretación: Observado el gráfico podemos deducir que la mayoría de mis encuestados, evidenciado con un 72% del total está de acuerdo con que la Institución educativa Alfa comunica adecuadamente las funciones que cada uno de ellos debe realizar y quiénes son sus jefes, un 20% está totalmente de acuerdo con esto, esto se debe que la información que brinda la Institución educativa es clara y concisa, y en su minoría con un 8% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 3:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo ni en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
De acuerdo			84,0	86,0
Totalmente de acuerdo	42	84,0		
Total	7	14,0	14,0	100,0
		100,0		
	50		100,0	

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 3:



Fuente: Elaboración propia

Descripción: En el gráfico podemos ver que, del total de mis encuestados el 76% está de acuerdo con lo que dice dicha interrogante, un 14% está totalmente de acuerdo con la misma y un 10% no está de acuerdo, ni tampoco, en desacuerdo.

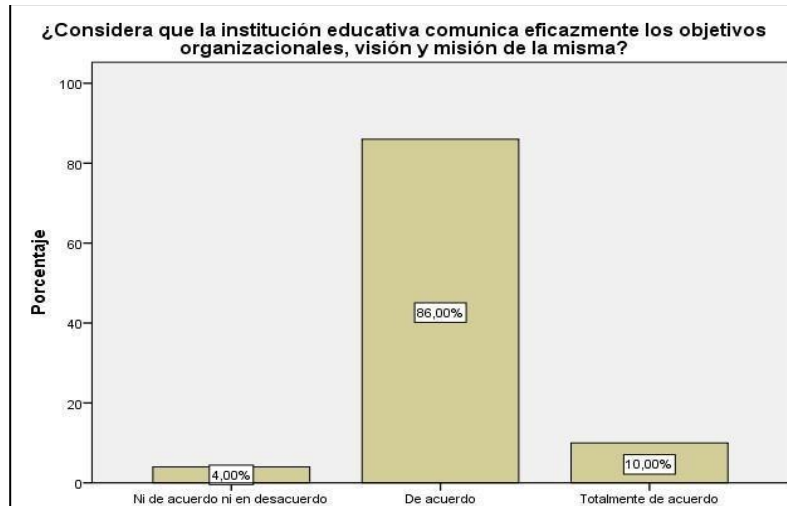
Interpretación: Del gráfico, podemos deducir que los colaboradores en su mayoría con un 76% consideran que la institución sí comunica de manera eficaz los ambientes y lugares de trabajo que conforma la misma, un 14% está totalmente de acuerdo con esto y un 10% no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

Tabla 4:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo ni	2	4,0	4,0	4,0
en desacuerdo				
De acuerdo	43	86,0	86,0	90,0
Totalmente de acuerdo				
Total	5	10,0	10,0	100,0
	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 4:



Fuente: Elaboración propia

Descripción: Con el gráfico podemos ver que, del total, un 86% dice estar de acuerdo con dicha pregunta, un 10% está totalmente de acuerdo y en su minoría con un 4% no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

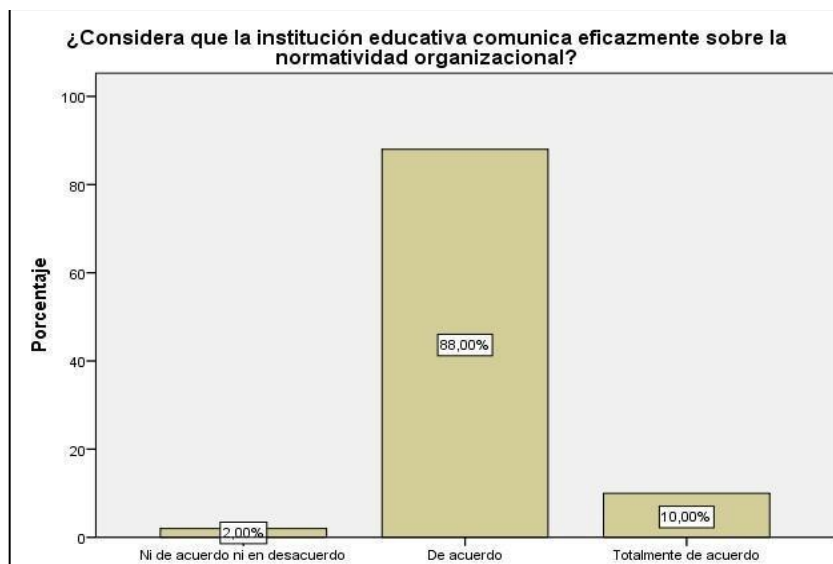
Interpretación: De acuerdo con el gráfico podemos deducir que la Institución educativa Alfa comunica adecuadamente a cada uno de sus colaboradores sus objetivos organizacionales la visión la misión de la misma, esto es respaldado con un 86% del total, un 19% dice estar totalmente de acuerdo con la misma y un 4% dice no estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

Tabla 5:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo ni en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
De acuerdo		88,0	88,0	90,0
Totalmente de acuerdo	44	10,0	10,0	100,0
Total	5		100,0	
	50	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 5:



Fuente: Elaboración propia

Descripción: Con el gráfico podemos ver que del total de los encuestados un 86% está de acuerdo con dicha interrogante, un 10% está totalmente de acuerdo con ella y un 2% dice no estar de acuerdo, ni tampoco, en desacuerdo.

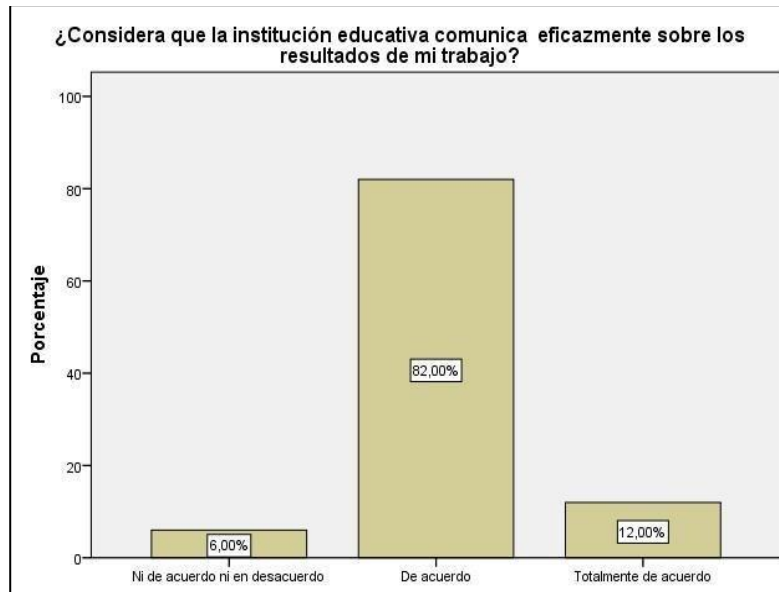
Interpretación: Con el gráfico podemos colegir que la Institución educativa Alfa posee un nivel alto de comunicación ya que comunica adecuadamente la normatividad organizacional de la misma a cada uno de sus colaboradores, esto es claramente evidenciado con un 86% dice estar de acuerdo con esto, un 10% dice no estar de acuerdo ni en desacuerdo y sólo un 2% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. Esto se debe a que, al momento de que cada colaborador ingresa la Institución es clara con las normas internas de la misma.

Tabla 6:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo ni en desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
De acuerdo		82,0	82,0	88,0
Totalmente de acuerdo	41		12,0	100,0
Total	6	12,0	100,0	
	50	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 6:



Fuente: Elaboración propia

Descripción: En el gráfico podemos ver que, del total un 82% está de acuerdo con dicha interrogante, un 12% está totalmente de acuerdo con ella y en su minoría un 6% dice no estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo con la misma.

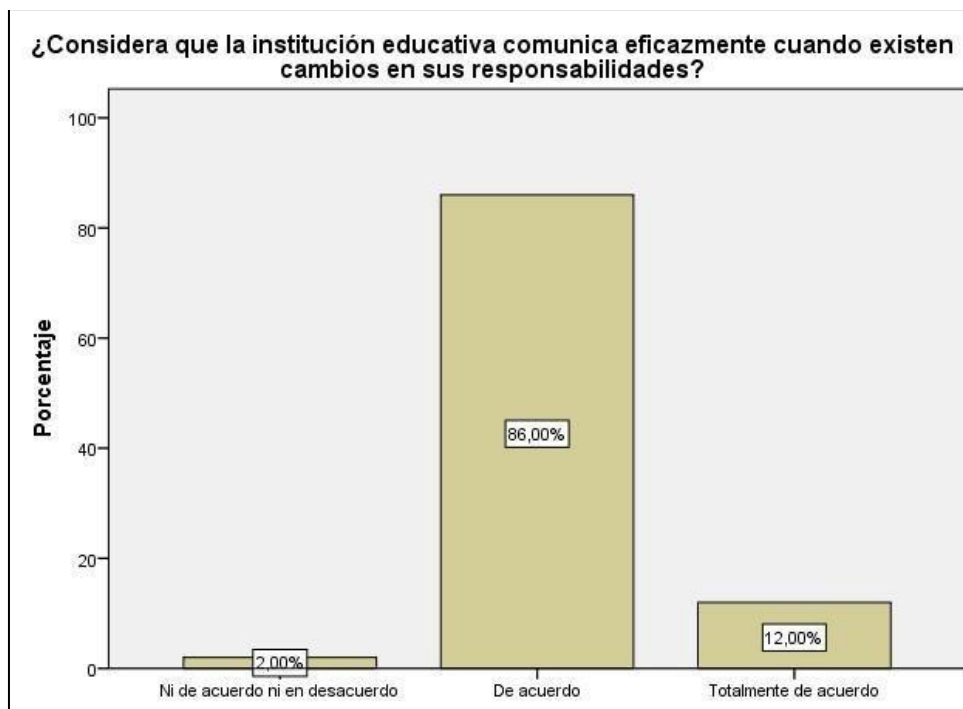
Interpretación: Podemos deducir con el gráfico que la institución educativa comunica de manera eficaz en público los resultados positivos y sobresalientes que cada colaborador tiene, esto se debe a las reuniones constantes (semanales) que ellos tienen, un 82% dice estar de acuerdo con esto, un 12% dice estar totalmente de acuerdo con ello y un 6% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la misma.

Tabla 7:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo ni en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
De acuerdo	43	86,0	86,0	88,0
Totalmente de acuerdo	6	12,0	100,0	100,0
Total	50	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 7:



Fuente: Elaboración propia

Descripción: Con el gráfico podemos ver que, del total, un 86% dice estar de acuerdo, un 12% dice estar totalmente de acuerdo y un 7% dice no estar ni de acuerdo, ni tampoco, en desacuerdo.

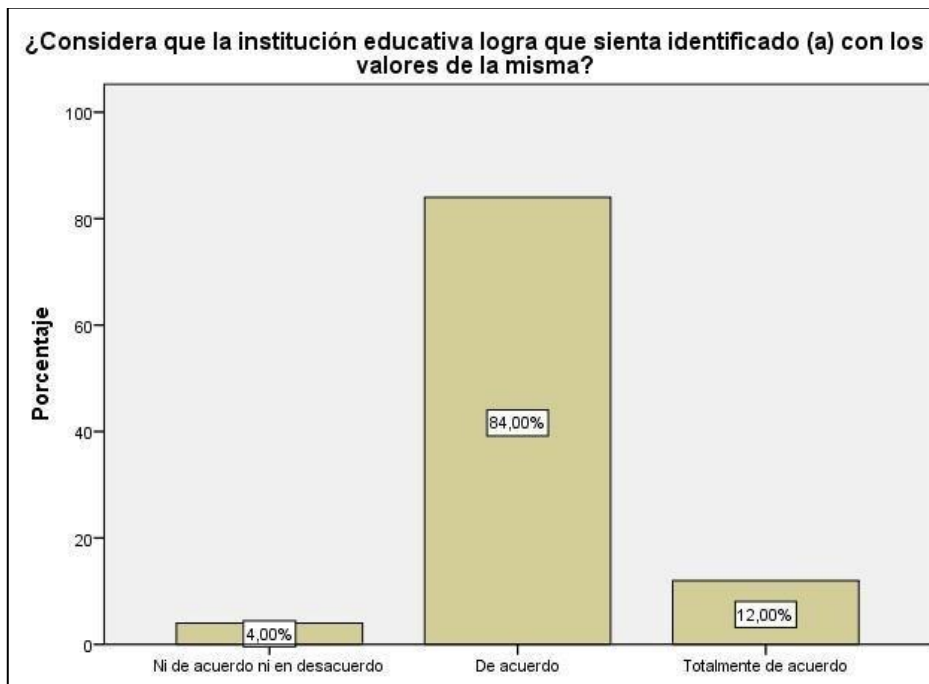
Interpretación: Con el gráfico se infiere que, teniendo la mayor cantidad del total, con un 86% dice estar de acuerdo, esto se debe a que la Institución educativa comunica de manera óptima y con anticipación algún cambio de responsabilidades y/o cambios de horarios que se puedan presentar, y un 12% está totalmente de acuerdo con ello y sólo un 2% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la misma.

Tabla 8:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo ni en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
De acuerdo		84,0		88,0
Totalmente de acuerdo	42	12,0	84,0	100,0
Total	6		12,0	
	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 8:



Fuente: Elaboración propia

Descripción: Con el gráfico podemos ver que, del total un 84% está de acuerdo con dicha afirmación, un 12% está totalmente de acuerdo y un 4% dice no estar ni de acuerdo, ni tampoco, estar en desacuerdo con la misma.

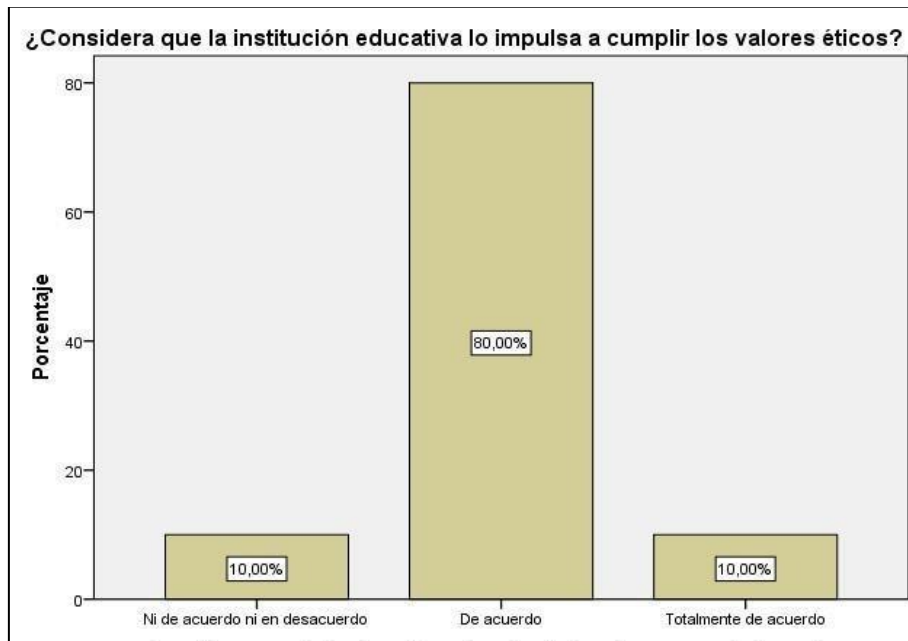
Interpretación: Se colige que, con un 84% del total de los encuestados están de acuerdo con que la Institución educativa Alfa logra que cada uno de sus colaboradores se sienta identificado con la misma y con cada uno de sus valores que la representa y sólo un 4% dice no estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

Tabla 9:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo ni en desacuerdo	5	10,0	10,0	10,0
De acuerdo			80,0	90,0
Totalmente de acuerdo	40	80,0	10,0	100,0
Total	5	10,0	100,0	
	50	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 9:



Fuente: Elaboración propia

Descripción: De acuerdo con el gráfico, podemos observar que, un 80% dice estar de acuerdo con dicha afirmación, un 10% dice estar totalmente de acuerdo con ella y otro 10% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

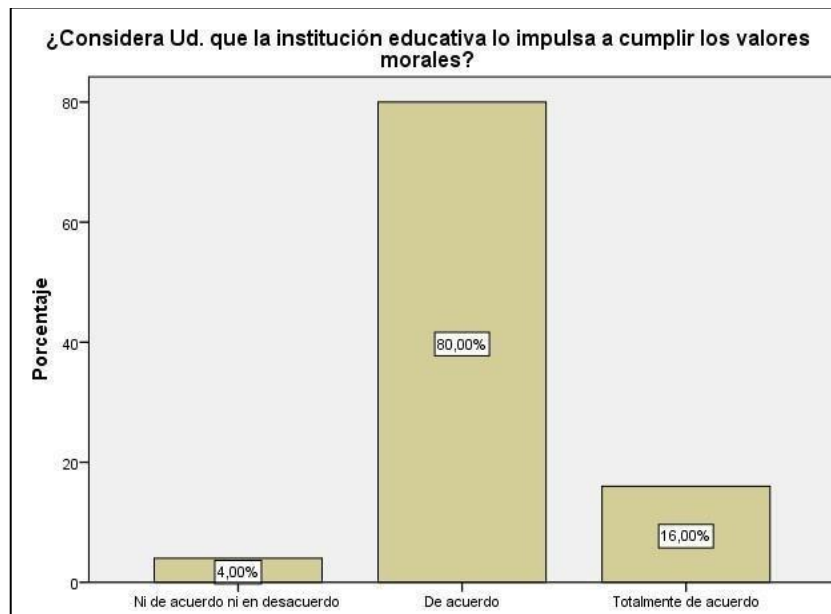
Interpretación: Se puede inferir con el gráfico que un 80% del total de los encuestados reconoce que la Institución educativa impulsa a sus colaboradores a cumplir los valores éticos establecidos por la misma, además logrando una igualdad en los que están totalmente de acuerdo con ella y los que no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

Tabla 10:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo ni en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
De acuerdo			80,0	84,0
Totalmente de acuerdo	40	80,0	16,0	100,0
Total	8	16,0	100,0	
	50	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 10:



Fuente: Elaboración propia

Descripción: Con el gráfico podemos ver que un 80% de los encuestados está de acuerdo con dicha afirmación, además de un 16% del total está totalmente de acuerdo con la misma y tiene un 4% que dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

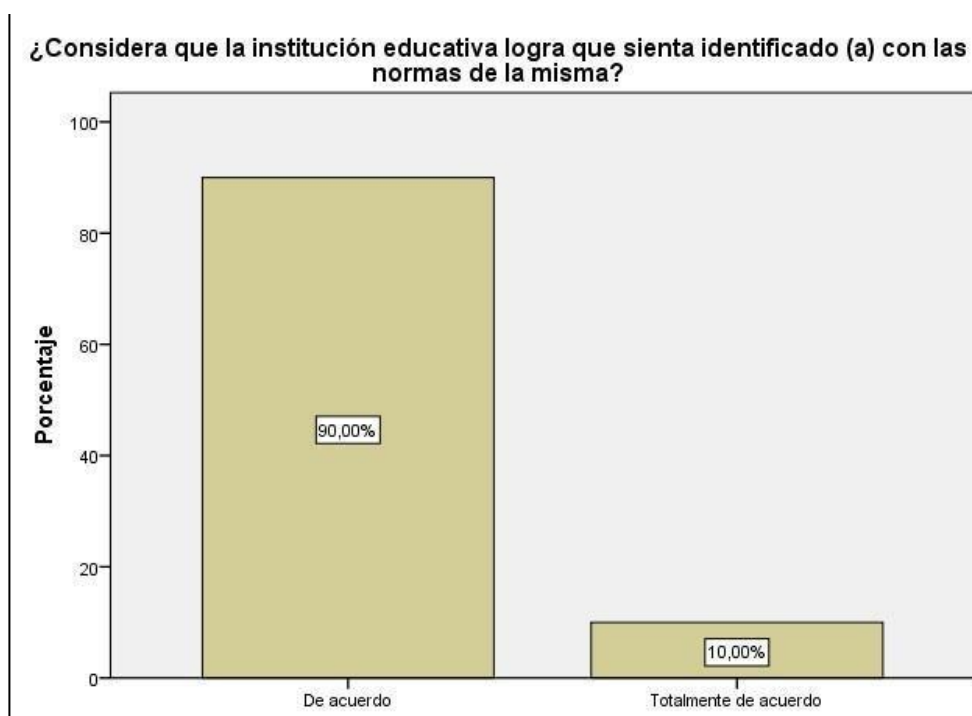
Interpretación: Podemos inferir con el gráfico que, un 80% del total considera que la Institución educativa Alfa impulsa a cada uno de sus colaboradores a cumplir con los valores morales que tiene la misma y establecidos por esta, un 16% está totalmente de acuerdo con esta y un 4% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 11:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo	45	90,0	90,0	90,0
de Totalmente	5	10,0	10,0	100,0
de acuerdo	50			
Total		100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 11:



Fuente: Elaboración propia

Descripción: En el gráfico podemos ver que del total de los encuestados un 90% de los encuestados indican estar de acuerdo con dicha afirmación y un 10% de los mismos dicen estar totalmente de acuerdo con esta.

Interpretación: Podemos concluir que, en su mayoría de los encuestados, con un 90% dice estar de acuerdo con que la Institución educativa logra que cada uno de ellos se

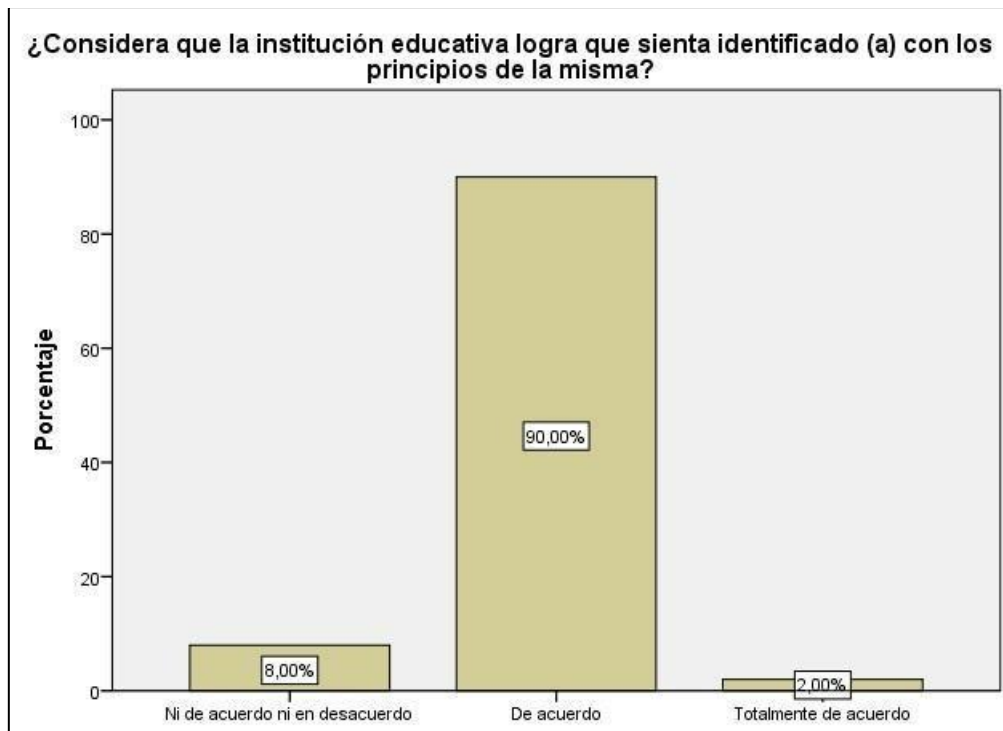
sienta identificados con las normas establecidas por la misma y un 10% está totalmente de acuerdo con la misma.

Tabla 12:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo ni	4	8,0	8,0	8,0
en desacuerdo				
De acuerdo		90,0	90,0	98,0
Totalmente de acuerdo	45		2,0	100,0
Total				
	1	2,0	100,0	
	50	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 12



Fuente: Elaboración propia

Descripción: Con el gráfico podemos ver que del total un 90% de los encuestados están de acuerdo con dicha afirmación, un 8% dice no estar de acuerdo ni tampoco, estar en desacuerdo y un 2% dice estar totalmente de acuerdo con la misma.

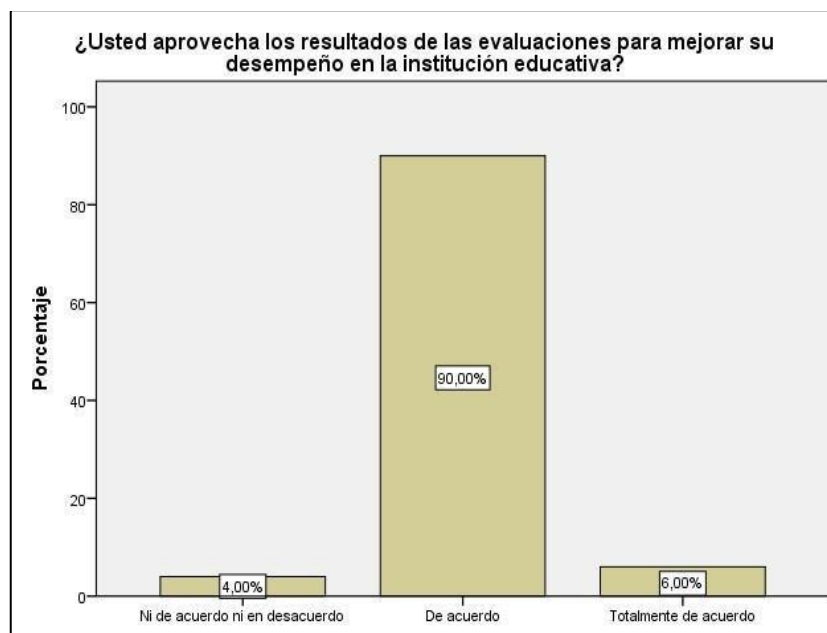
Interpretación: Se colige que, en su mayoría del total de los encuestados un 90% dice estar de acuerdo que la Institución logra que cada uno de ellos se sientan identificados con los principios de la misma y un 8% no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo y un 2% dice estar totalmente de acuerdo con la misma.

Tabla 13:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo ni en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
De acuerdo		90,0		94,0
Totalmente de acuerdo	45		90,0	100,0
Total			6,0	
	3	6,0	100,0	
	50	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 13



Fuente: Elaboración propia

Descripción: Con el gráfico podemos ver, con un 90% del total están de acuerdo con dicha afirmación planteada un 6% dice estar totalmente de acuerdo y un 4% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la misma.

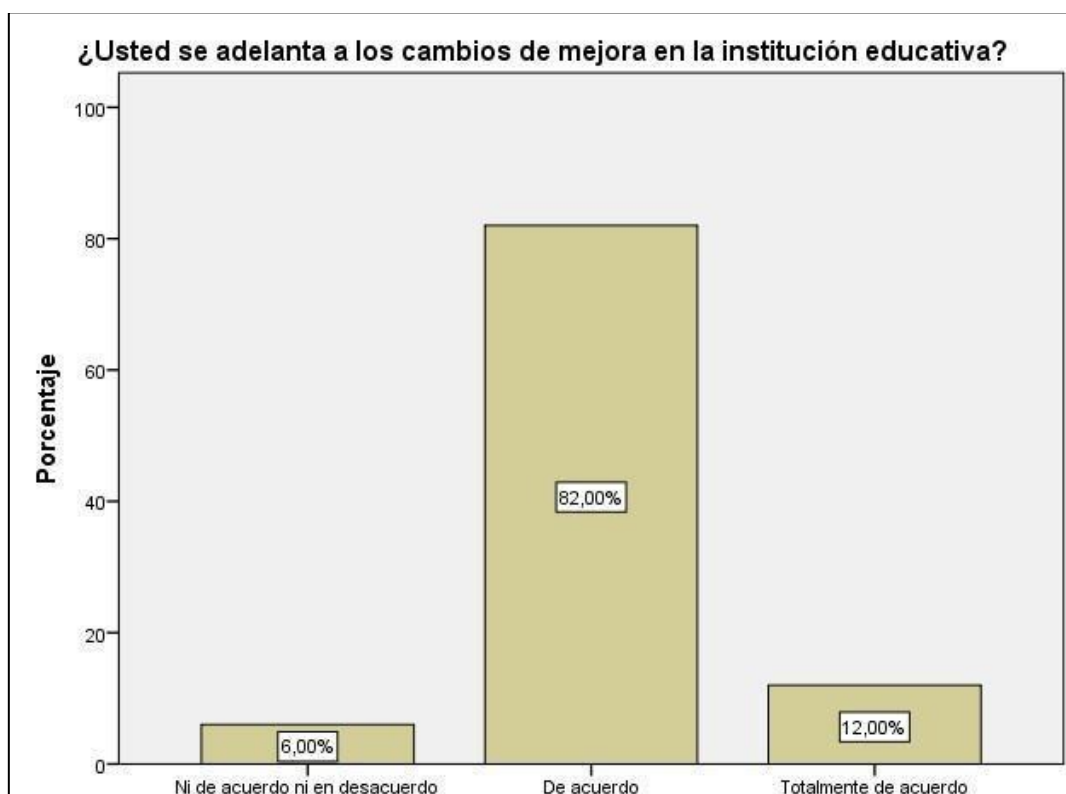
Interpretación: Se infiere que, con el gráfico un 90% dice estar de acuerdo con que la institución educativa si realiza distintas evaluaciones con la finalidad de mejorar ciertos desempeños que cada uno de ellos como colaboradores deben estar en constante evaluación y capacitación, un 6% dice estar de acuerdo con esto y un 4% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 14:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo ni en desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
De acuerdo		82,0		
Totalmente de acuerdo	41	12,0	82,0	88,0
Total	6		12,0	
	50	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 14



Fuente: Elaboración propia

Descripción: Con el gráfico podemos ver que, con un 82% dice estar de acuerdo con dicha interrogante, un 12% dice estar totalmente de acuerdo y un 6% dice no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

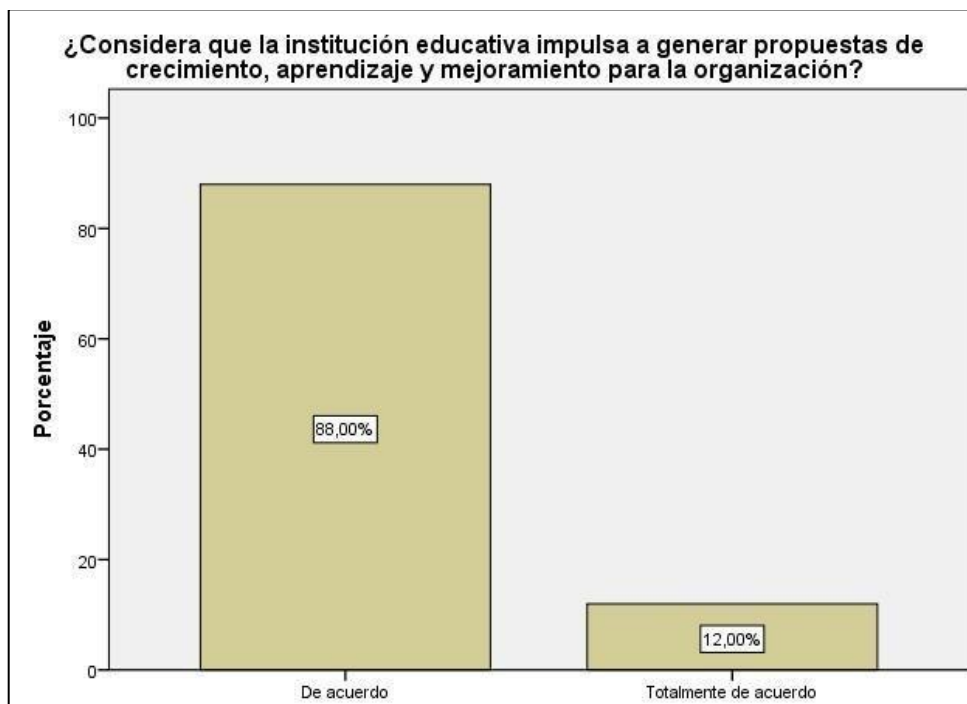
Interpretación Deducimos que, con un 82% del total, los colaboradores plantean y aceptan cambios de todo tipo para la mejora de la Institución, un 12% está totalmente de acuerdo con ello y un 6% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la misma.

Tabla 15:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo	44	88,0	88,0	88,0
de Totalmente	6	12,0	12,0	100,0
de acuerdo				
Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 15



Fuente: Elaboración propia

Descripción: De acuerdo con el gráfico podemos decir que, del total un 88% dice estar de acuerdo con dicha afirmación y un 12% dice estar totalmente de acuerdo con la misma. Interpretación: Se deduce que del total de mis encuestados un 88% considera que la Institución educativa Alfa los impulsa a generar variadas propuestas de cambio,

crecimiento, aprendizaje para la organización y un 12% dice estar totalmente de acuerdo con la misma.

Tabla 16:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo ni	1	2,0	2,0	2,0
en desacuerdo				
De acuerdo		94,0	94,0	96,0
Totalmente de acuerdo	47	4,0	4,0	100,0
Total			100,0	
	2			
	50	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 16



Fuente: Elaboración propia

Descripción: Con el gráfico podemos ver que, un 94% dice estar de acuerdo, un 4% dice estar totalmente de acuerdo, y sólo un 2% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la misma.

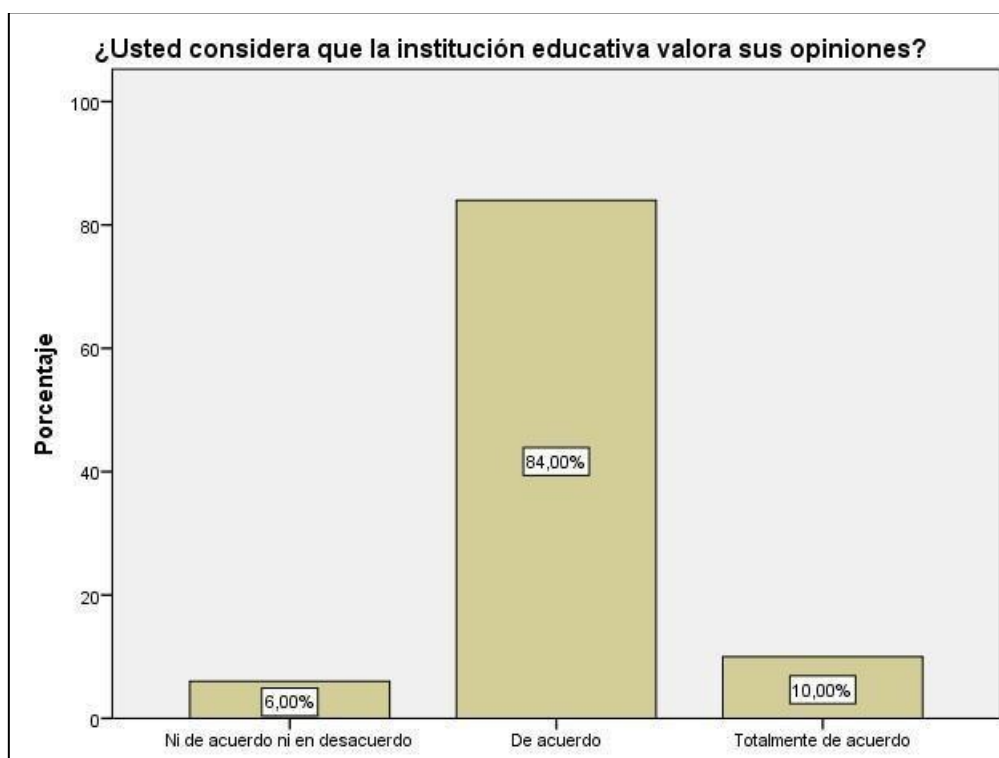
Interpretación: Con el gráfico podemos deducir que del total de los encuestados con un 94% señalan estar de acuerdo que la Institución educativa Alfa los motiva y apoya a crecer profesionalmente.

Tabla 17:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo ni en desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
De acuerdo			84,0	90,0
Totalmente de acuerdo	42	84,0	10,0	100,0
Total	5	10,0	100,0	
	50	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 17



Fuente: Elaboración propia

Descripción: Con el gráfico podemos observar que, un 84% del total está de acuerdo con dicha interrogante, un 10% dice estar totalmente de acuerdo con la misma y un 6% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la misma.

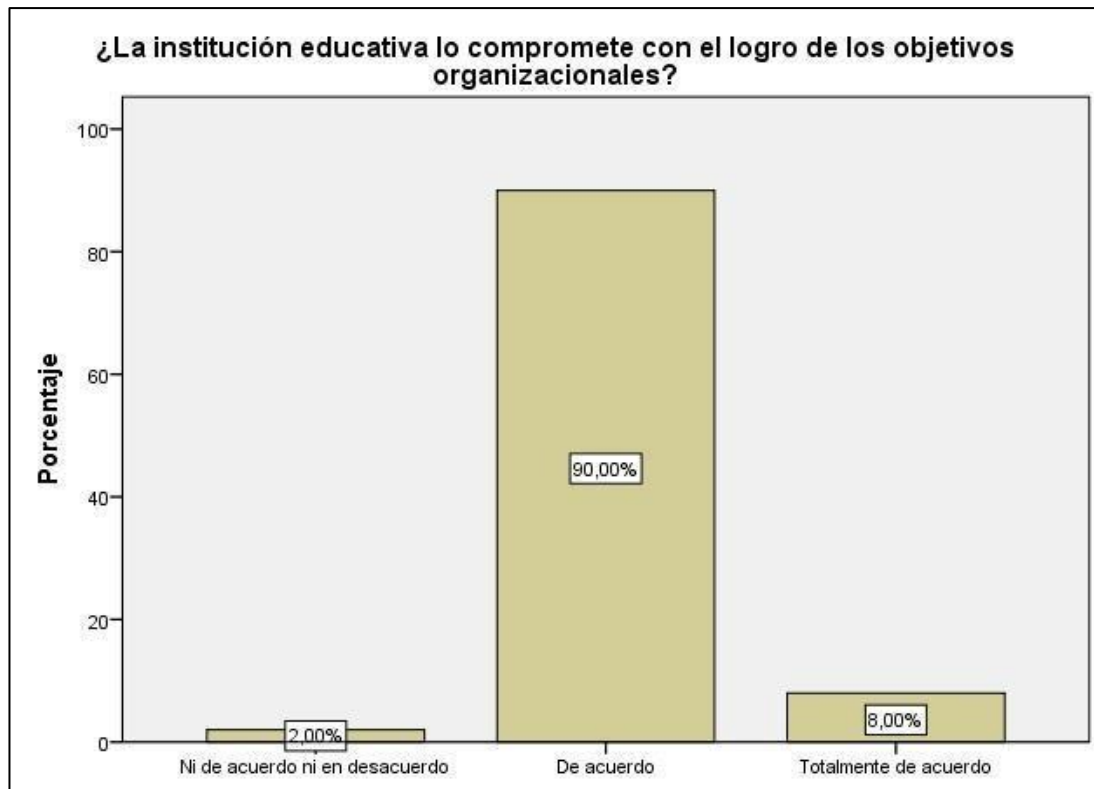
Interpretación: Se deduce con el gráfico que con un 84% del total de los encuestados consideran que la Institución educativa valora las opiniones que cada uno de sus colaboradores tiene, un 10% dice estar totalmente de acuerdo con ello y un 6% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la misma.

Tabla 18:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo ni	1	2,0	2,0	2,0
en desacuerdo		90,0	90,0	
De acuerdo		8,0	8,0	
Totalmente de acuerdo	45			92,0
Total			100,0	
	4			100,0
	50	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 18



Fuente: Elaboración propia

Descripción: De acuerdo con el gráfico podemos ver que, del total, un 90% dice estar de acuerdo con dicha interrogante, un 8% dice estar totalmente de acuerdo con la misma y un 2% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la misma.

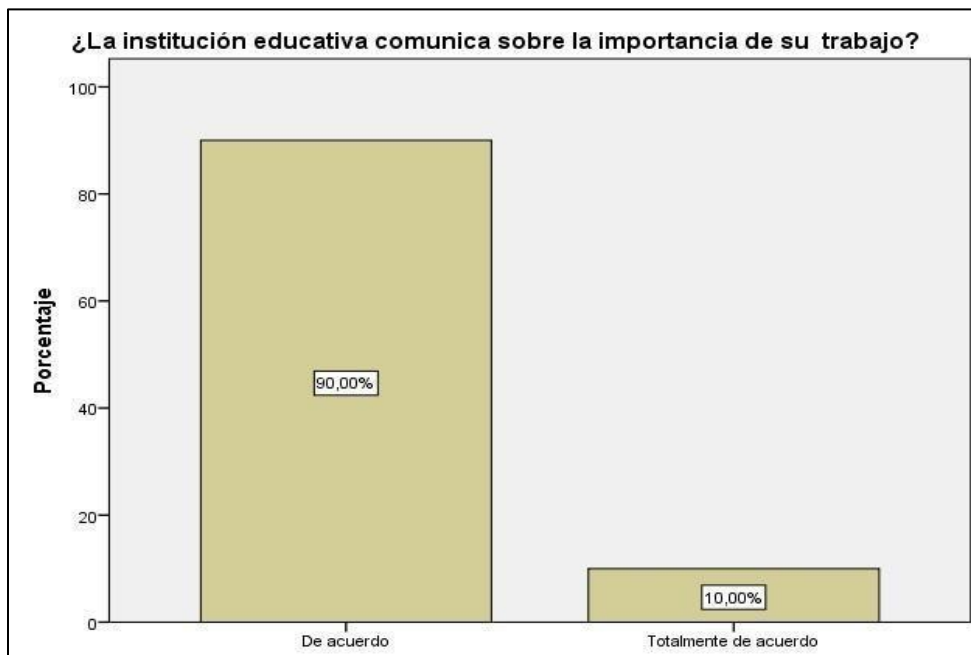
Interpretación: Se deduce con el gráfico que con un 90% de total señalan que la Institución educativa Alfa compromete a cada uno de sus colaboradores con los objetivos organizacionales y un 2% dice no estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo con la misma.

Tabla 19:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo	45	90,0	90,0	90,0
Totalmente de acuerdo	5	10,0	10,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 19



Fuente: Elaboración propia

Descripción: Con el gráfico podemos observar que, del total con un 90% dicen estar de acuerdo con la afirmación y un 10% dice estar totalmente de acuerdo con que se cumpla esto.

Interpretación: Se infiere con el gráfico que del total de los encuestados la mayoría con un 90% dicen estar de acuerdo que la Institución educativa Alfa comunica en un nivel alto en reuniones constantes (semanales) la importancia de su rol que cada uno de ellos tienen y un 10% dice estar totalmente de acuerdo con ello.

ANEXO 7: SOLICITUD PARA ENCUESTAR

“Año de lucha contra la corrupción e impunidad”

Lima, 24 de setiembre de 2019

Señora

Gisela Chávez Barrientos

Directora

Institución Educativa Alfa

Presente.-

Estimada señora:

Es grato dirigirme a usted para saludarle, haciéndole mención que soy estudiante de X ciclo del semestre 2019 – II de la carrera de Ciencias de la Comunicación, OLIVOS VELÁSQUEZ, LIZETT MILAGROS, con código interno N° 6700276401, con motivo de solicitarle un permiso para poder realizar y desarrollar un cuestionario, donde los resultados obtenidos se utilizarán para cumplir el objetivo de la investigación a desarrollar, describir el nivel de comunicación interna que existe dentro del centro de estudios en mención, donde al finalizar se brindará un ejemplar de este estudio para que sirva de apoyo para mejorar ciertos aspectos que se encontrarán.

En caso de proceder nuestro pedido, se le agradece autorizar la entrada de mi persona a las instalaciones de la Institución.

Esperando contar con su apoyo para la formación de mi persona, comunicarse al teléfono 918366289. Atentamente

Lizett Milagros Olivos Velásquez

Estudiante

Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación

Facultad de ciencias de la comunicación



**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CASTILLO HILARIO, MARIO BUENAVENTURA, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES y Escuela Profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, asesor(a) del Trabajo de Investigación / Tesis titulada: "NIVEL DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LOS COLABORADORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ALFA, VENTANILLA, 2019", del (los) autor (autores) OLIVOS VELASQUEZ, LIZETT MILAGROS, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido de 21.00%, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el Trabajo de Investigación / Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

Lima, 11 de diciembre de 2019

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CASTILLO HILARIO, MARIO BUENAVENTURA DNI: 20063201 ORCID 0000-0002-2929-4677	