



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
GESTIÓN PÚBLICA**

Modelo axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Gestión Pública

AUTOR:

Santoyo Delgado, Carlos Andy (orcid.org/0009-0005-0570-3666)

ASESOR:

Dr. Figueroa Coronado, Erick Carlo (orcid.org/0000-0002-2599-2558)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Políticas Públicas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

CHICLAYO – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A mis queridos padres, por su apoyo constante e incondicional y sus buenos consejos. A mi hermano a quien siempre lo recuerdo, por haber fomentado en mí el deseo de superación. A mi esposa y mis hijos por el apoyo y ánimo que me brindan para alcanzar mis metas.

Carlos

AGRADECIMIENTO

Dedico este trabajo culminado con mucho esfuerzo y dedicación a mis padres y a mi hermano que ya no está en este mundo terrenal pero que sé que siempre me acompaña y sé que desde donde se encuentre está orgulloso de mi.

A mi hija Brenda, Carlos y Alejandro por ser siempre mi apoyo incondicional y mi razón de superación

A la Universidad César Vallejo y a todos nuestros Profesores y compañeros por el apoyo, moral y conocimientos que nos facilitaron durante el desarrollo de este proyecto en especial al Dr. Figueroa Coronado, Erick Carlo

El autor

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras.....	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo de estudio y diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización	15
3.3. Población, muestra y muestreo	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.5. Procedimientos.....	17
3.6. Métodos de análisis de datos	17
3.7. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS	19
V. DISCUSIÓN.....	23
VI. CONCLUSIONES	28
VII. RECOMENDACIONES.....	29
VIII.PROPUESTA.....	30
REFERENCIAS	32
ANEXOS	40

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Nivel de la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas.	19
Tabla 2	Nivel de la comunicación descendente en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas	20
Tabla 3	Nivel de la comunicación ascendente en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas	20
Tabla 4	Nivel de la comunicación horizontal en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas	21
Tabla 5	Nivel de la comunicación diagonal en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas	22

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1.	Diseño de investigación.....	59
------------------	------------------------------	----

RESUMEN

El presente estudio titulado modelo axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas, tuvo como objetivo proponer un modelo gerencial axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas. Se realizó mediante un enfoque cuantitativo de tipo de investigación aplicada con diseño no experimental, por el cual fue seleccionado una muestra de 202 servidores del centro superior de estudios. La técnica utilizada fue la encuesta donde se aplicó como instrumento el cuestionario de comunicación interna, obteniendo como resultados que el nivel de la comunicación interna se encuentra mayormente en los niveles de "muy bajo" y "bajo", representando el 38.3% y 33.1% respectivamente; evidenciando que existe un margen significativo de mejora en la comunicación interna de la universidad. finalmente, se concluye que se propone un modelo gerencial axiológico basado en cinco estrategias de organización, monitoreo y evaluación con un programa de sensibilización e integración de doce meses para mejorar la comunicación interna eficiente con valores éticos en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas.

Palabras clave: Modelo axiológico, comunicación interna, universidad nacional.

ABSTRACT

The present study entitled axiological managerial model to improve internal communication in the administrative headquarters of a national university in the Amazonas region, aimed to propose an axiological managerial model to improve internal communication in the administrative headquarters of a national university in the Amazonas region. It was carried out by means of a quantitative approach of applied research with a non-experimental design, for which a sample of 202 employees of the higher education centre was selected. The technique used was the survey where the internal communication questionnaire was applied as an instrument, obtaining as results that the level of internal communication is mostly in the levels of "very low" and "low", representing 38.3% and 33.1% respectively; showing that there is a significant margin for improvement in the internal communication of the university. Finally, it is concluded that an axiological management model is proposed based on five organisational, monitoring and evaluation strategies with a 12-month awareness-raising and integration programme to improve efficient internal communication with ethical values at the administrative headquarters of a national university in the Amazon region.

Keywords: Management model, axiology, internal communication, national university.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, Los avances tecnológicos y los procesos acelerados se han tornado en nuevos retos para las organizaciones, que ponen un énfasis significativo en el desempeño laboral. Fogaca et al. (2021) destacan que para que los resultados de la producción sean positivos, los líderes deben aplicar una gestión axiológica mediante una comunicación estrecha, directa y amigable con sus empleados, promoviendo sus beneficios, reconociendo el trabajo realizado y fomentando el desarrollo de las habilidades del personal.

La comunicación se ha transformado en una habilidad artística, como consecuencia, la dificultad real no es la falta de canales de comunicación y contenido; muchas compañías proporcionan información a sus clientes, pero estos a menudo no saben cómo aprovecharla, e incluso en ocasiones, los miembros de la propia organización no logran comprenderla por completo (Torres & Pantoja, 2023), siendo necesario aplicar una gestión de directivos que destaquen los valores como una filosofía humanística. En las empresas españolas, se nota una carencia de integración entre la comunicación interna y externa, además de una falta de asignación de recursos suficiente para la comunicación interna, a pesar de su relevancia en la estrategia. No obstante, los datos también sugieren que emplean enfoques más tradicionales, con un énfasis en los eventos presenciales (Aced & Miquel, 2021).

En América Latina, el confinamiento y el aislamiento social obligatorio, desencadenando muchas dificultades económicas, políticas, organizacionales y tecnológicas graves, planteándose un reto, tanto para las instituciones estatales como particulares (Solari & Salas, 2023).

En naciones latinoamericanas como Ecuador, la carencia de una comunicación efectiva ha tenido como resultado que los procesos administrativos impacten negativamente por la falta de seguimiento, continuidad y atención, siendo necesario la mediación axiológica, como un proceso de resolución de conflictos (Villanueva, 2019) Además, la comunicación horizontal es escasa, esto se debe a que los problemas dentro de las instituciones no se discuten con regularidad, lo que conlleva a los administradores y docentes a la poca comprensión de las tareas a

realizar debido a la falta de comunicación constante, siendo necesario un sistema axiológico mediante la gestión gerencial (Barreno, 2023).

Por otro lado, en el Perú la comunicación interna se ha visto influenciada por la gestión organizacional afectando directamente a las relaciones interpersonales, los estilos de gestión, la remuneración y los valores colectivos. En consecuencia, una comunicación interna baja para no permitirá la creación de un buen ambiente laboral (Ravina et al.,2023). Además, esta realidad pasada al plano digital es parte de la problemática peruana porque la falta de uso de las redes sociales no permite una coordinación adecuada entre los miembros de cada área de la institución y un manejo inadecuado o la falta de valores en los medios de comunicación que ofrecen estas plataformas afectan los resultados de y desempeño de los servidores (Cisternas et al., 2022; Atarama & Vega, 2020). De igual forma, está claro que una gran dificultad en las universidades peruanas es la transmisión de información que es irrelevante para los usuarios de cada área ya que las herramientas para establecer una comunicación interna exitosa no se adaptan a las expectativas del usuario final (Murray et al., 2019).

A nivel local, en el caso específico en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas, se han observado deficiencias en la comunicación interna, que pueden tener un impacto negativo en la empresa, ya que se limita a la entrega de información. Además, se desalienta la participación y el intercambio de ideas entre los miembros de la comunidad universitaria. De igual forma, no cuentan con herramientas para expresar sus inquietudes y recibir actualizaciones sobre políticas y procedimientos. Por otro lado, no existe una cultura de comunicación abierta y cortés dentro de las instituciones de educación superior que permita la escucha activa, la empatía y la valoración de las ideas de los demás. De igual manera, no se han desarrollado políticas claras sobre los valores éticos den el cumplimiento de sus funciones para adecuarlos e integrarlos a los medios de la comunicación. Por último, no se cuenta con la gestión adecuada de herramientas tecnológicas que faciliten la transmisión de información, como plataformas en línea, correos electrónicos y aplicaciones móviles.

Después de lo expuesto, se plantea el problema general con la pregunta ¿Cómo sería el modelo gerencial axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas? La

investigación se justifica de forma práctica porque un Modelo Gerencial Axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional en la región Amazonas sirve mejorar la eficiencia operativa, reducción de conflictos, mejora de la retención de talento, fortalecimiento de la cultura organizativa y mejorar de la imagen institucional.

Socialmente porque nos va a servir para desarrollar las habilidades interpersonales de los colaboradores, contribuirá a que la empresa tenga un gran impacto en la comunidad local, va a permitir formar ciudadanos responsables, va a promocionar los valores comunitarios, nos obliga a colaborar con las organizaciones locales, y por último servirá como modelo a seguir en la región.

También habrá una justificación metodológica, ya que se llevará a cabo en la ciudad de un gobierno local, donde se adquirirá información vital a través de una encuesta, permitiendo el acceso a comentarios que se sumarán al tema de la investigación. Como objetivo general, se busca proponer un modelo gerencial axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas. Como objetivos específicos se tienen: (a) diagnosticar el nivel de la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas; (b) examinar el nivel de las dimensiones de la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas; (c) diseñar el modelo gerencial axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas.

Para finalizar este proceso de investigación, se plantea la hipótesis de investigación el modelo gerencial axiológico mejorará la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas. La hipótesis nula el modelo gerencial axiológico no mejora la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas.

II. MARCO TEÓRICO

La investigación realizada por Nguyen & Ha (2023) que se basa en la idea del intercambio social, es uno de los precedentes mundiales. El estudio actual analiza los efectos de la comunicación interna, el compromiso laboral, el compromiso organizacional y la satisfacción laboral en la lealtad de los empleados. Una encuesta basada en la web con 255 participantes de las instituciones de educación superior de Binh Duong se realizó utilizando estrategias de creación de consenso y bola de nieve. Esta es la primera investigación para examinar la lealtad de los empleados en el contexto de una economía en auge como Vietnam, teniendo en cuenta la comunicación interna, el compromiso laboral y organizativo, y la satisfacción laboral. El propósito de esta investigación es añadir a la teoría y mejorar nuestra comprensión de los múltiples aspectos que afectan el vínculo entre la comunicación interna y la lealtad de los empleados.

Además, Arif et al. (2023) las organizaciones piensan que las ideas, sentimientos y conducta de sus trabajadores apoyarán los objetivos de la organización. Los empleados representan el 90% de la mano de obra de una empresa y suelen ser los encargados de llevar a cabo la estrategia de la empresa. A pesar de que la comunicación interna es una parte importante de las relaciones públicas, se ha reconocido como un factor importante en la participación de los empleados en sus propias funciones, pocos estudios han examinado si y cómo la comunicación interna fomenta el desarrollo de atributos estratégicos en los empleados. Se utilizó una encuesta de 530 trabajadores del gobierno malayo para obtener datos sobre el vínculo entre la comunicación interna y el compromiso de los empleados, así como su participación en la formulación de objetivos estratégicos en el contexto de la organización. Para examinar los datos se utilizaron modelos factoriales y ecuaciones estructurales con cuadrados fraccionarios. Según los hallazgos, la comunicación interna considerable tiene una buena influencia en los trabajadores, apoyando comportamientos estratégicos como la comprensión de objetivos corporativos, inteligencia emocional y comportamientos de liderazgo de equipo. Al estudiar los tipos de comunicación interna que elevan las dimensiones del compromiso, este estudio contribuye a la teoría de las relaciones públicas sobre la comunicación interna y el compromiso de los empleados, permitiendo a las empresas actuar de manera más estratégica en su entorno social. Este estudio

también conceptualiza rasgos clave de los empleados para futuros profesionales de la investigación y las relaciones públicas a utilizar con los miembros de la organización en contextos comerciales.

Asimismo, Waititu & Barker (2023) el objetivo principal de este estudio era investigar las opiniones personales/individuales de los empleados sobre el uso de la comunicación por Intranet (OCI) para el intercambio de información. El intercambio de conocimientos (SK) es un componente esencial de la gestión del conocimiento. La OCI, por otra parte, todavía se utiliza para difundir conocimientos especializados entre los empleados de las cooperativas de ahorro y crédito de Kenya. Como resultado, utilizando las herramientas disponibles de la OCI, es vital analizar las opiniones de los empleados y las características individuales que afectan al SK en línea. Los principales datos se obtuvieron mediante una encuesta en línea dirigida a 485 trabajadores kenianos del nivel medio de las cooperativas de ahorro y crédito en una investigación transversal. De acuerdo con los resultados del estudio, la mayoría de los empleados carecen de los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para adoptar OCI para el intercambio de conocimientos (SK), subrayando la importancia de la capacitación para la implementación y un clima organizacional de apoyo para alterar los comportamientos existentes hacia el uso de OCI.

Por otro lado, Coelho & Rua (2023) El propósito de esta investigación es analizar la conexión entre la comunicación interna y el desempeño organizacional. Se llevó a cabo en Natixis, un banco portugués que estableció una estrategia de comunicación interna organizada, única en su tipo e innovadora en un tiempo récord durante la pandemia COVID-19. Se envió un cuestionario a 160 trabajadores de Natixis como parte de una investigación cuantitativa. De acuerdo con los hallazgos, la estrategia de comunicación distintiva e innovadora de la compañía tuvo una influencia favorable en el desempeño organizacional de su personal. Además, ayudó a la formación de interacciones interpersonales entre los trabajadores, incluso los que trabajan a distancia, y fomentó un sentido de pertenencia y afiliación con la empresa estudiada. En conclusión, esta investigación contribuye a una mejor comprensión de la función crucial que desempeña la comunicación interna en las empresas.

Por otro lado, Hernández & Castillo (2021) el objetivo de una empresa es producir valor. Este punto de vista se mantiene comúnmente en la literatura especializada. Los modelos actuales de gestión de la empresa se esfuerzan por profundizar y responder con mayor precisión a los problemas relativos a cómo y para quién se produce el valor. Este artículo examina las contribuciones más recientes a la literatura sobre creación de valor (CV), sus fundamentos teóricos y conceptuales, y las tendencias de investigación. Se han destacado los principales temas que apoyan la investigación en este tema, siendo una tendencia emergente en este campo de estudio un creciente interés en el concepto de co-creación de valores. También se investiga el vínculo entre los CV y las preocupaciones tecnológicas a nivel empresarial, así como el examen de su uso estratégico para impulsar el rendimiento comercial de las empresas.

También Castro & Cadme (2019) el presente estudio se realizó en el Centro Educativo Luis Rogelio González de Azogues, en la provincia dominicana de Cañar. En el examen se emplearon enfoques descriptivos, analíticos y predictivos, así como la triangulación de material teórico con datos del mundo real y criterios de investigación. Se realizaron encuestas, preguntas y entrevistas con directores, maestros, familiares y estudiantes. Los resultados del estudio muestran que la institución educativa carece de un plan estratégico, que es uno de los procedimientos de gestión interna más importantes. Además, no hay programas de formación continua para directores o profesores. También hubo una falta de preocupación o atención a los valores entre los estudiantes de esta escuela. Estos hallazgos enfatizan la necesidad de implementar un plan estratégico, así como alentar el liderazgo continuo y el crecimiento educativo. También se propone destacar los ideales de los estudiantes para establecer un entorno educativo más completo y enriquecedor.

Entre los estudios nacionales seleccionados Curilla et al. (2023) el propósito de esta investigación es determinar cómo la comunicación interna afecta el clima organizacional. En este estudio se empleó la técnica deductiva científica inferencial, junto con una metodología de investigación aplicada y explicativa. La muestra de investigación incluyó a 305 trabajadores, con una distribución por género de 45% mujeres y 55% hombres y edades que oscilan entre 23 y 65 años. Los resultados, que se basaron en la fiabilidad y validez de las escalas de medición, mostraron que

12 de las 15 hipótesis sugeridas en el vínculo entre la comunicación interna y los componentes climáticos organizacionales fueron aceptadas. Las interacciones interpersonales, que apoyaban el asertividad de los empleados, los estilos de gestión, que impulsaban la felicidad de los empleados, la remuneración, lo que significaba apreciar la importancia del trabajo de los empleados, y los valores colectivos, que fomentaban un fuerte rendimiento y compromiso laboral, estaban entre estos determinantes. En conclusión, se determinó que la comunicación interna era crucial para mejorar las variables climáticas organizacionales mencionadas, lo que a su vez asegura un ambiente de trabajo positivo y conduce a mejoras jerárquicas y organizativas.

Del mismo modo Murray et al. (2019) el hecho de que los estudiantes no estén al tanto de los programas o iniciativas diseñados solo para ellos es una de las principales razones por las que no tienen un sentido de compromiso con su escuela. Cuando la comunicación interna es ineficaz, los profesores y el personal experimentan problemas similares. El hecho de que la escuela proporcione información sin tener en cuenta al usuario final es uno de los problemas. Los intereses del usuario no serán atendidos por el canal de comunicación. Para resolver este problema, creamos la institución Mobile Assistant (UMA), una tecnología que se creó utilizando el proceso natural de inicio y que actualmente está siendo empleada en una institución de ingeniería nueva y estimada en Perú. Después de un año de incubación, trabajando estrechamente con los usuarios finales y el departamento de comunicaciones internas de la universidad como posible cliente, UMA comenzó como un proyecto de ingeniería en 2016 y fue seleccionada como la herramienta oficial de comunicación interna en 2018. UMA estuvo entre los primeros en emplear el análisis de interacción, y colabora estrechamente con estudiantes, instructores y personal como usuarios finales. Debido a las continuas noticias interesantes, esta herramienta ha fomentado el orgullo de pertenecer a la Universidad de Ingeniería y Tecnología, así como permitió a la comunidad participar en las actividades.

También para Anton & Garcia (2019) la comunicación interna es crucial para alcanzar los objetivos de una organización porque permite el desarrollo y mantenimiento de conexiones saludables entre sus miembros a través de la difusión de mensajes en múltiples plataformas. Una asociación agrícola que trabaja

con gestión integrada de recursos fue el tema de este ensayo, que se propuso evaluar la comunicación interna formal e informal dentro de esa organización. Se estableció un grupo de discusión con cuatro usuarios después de que 169 personas fueron encuestadas utilizando un enfoque cuantitativo y una técnica mixta. Los datos indicaban que la edad media de los participantes era de 53 años, de los cuales el 85,6% eran hombres, y que el 62,2% solo había completado la escuela primaria. Las razones por las que el 69,8% de las personas no asisten a cursos, foros o seminarios celebrados por otras instituciones incluyen el tiempo de viaje (29%) y las horas inconvenientes (30%). Además, el 7% muestra interés en el manejo productivo de los cultivos, pero entre el 11% y el 23,7% no estudia la información proporcionada ni aplica lo que ha aprendido. Se concluye que la comunicación interna es insuficiente, y se sugiere que su diseño contiene enfoques de género, androgénicos y multiculturales, además de ser flexible y muy unido.

A nivel local Garces (2023) el propósito de la investigación fue analizar la comunicación interna organizacional en 2019 a través de la lente de la Corte Superior de Justicia de Loreto en Iquitos. El propósito fue evaluar la horizontal interna, ascendente y otros tipos de comunicación desde la perspectiva del personal. Se empleó un diseño descriptivo no experimental y un método cuantitativo. 353 empleados conformaron la población de muestra para el estudio, y 183 de ellos fueron seleccionados como muestra. Un cuestionario con un alfa de Cronbach = 0,811 y un valor r de 0,890 fue el instrumento empleado. Los datos encontraron que la comunicación organizacional interna fue considerada habitual por el 50% (92) de los trabajadores de la Corte Superior de Justicia de Loreto. La comunicación interna descendiente estaba llena de ambigüedad, con el 54,65% de los gerentes que querían hablar con su personal. La comunicación interna tuvo una alta proporción de incertidumbre (46,45%) debido a la falta de confianza y flexibilidad de los empleados para abordar las dificultades relacionadas con el trabajo.

Entre los estudios destaca Milla & Rios (2023) la comunicación interna se está volviendo cada vez más vital para cumplir con los objetivos de la organización y crear cooperación, los cuales contribuyen a la efectividad de la empresa. El propósito principal de este estudio fue descubrir la conexión entre la comunicación interna y la colaboración en el Departamento Regional de Agricultura de San Martín.

Después del análisis de los datos, se identificó un valor p de 0.000, lo que sugiere un vínculo significativo, y un coeficiente de Rho de 0.562, que indica una relación positiva significativa.

También Lucar (2022) El propósito de esta investigación es mostrar el impacto de las estrategias de comunicación estratégica, la gestión del cambio, la cultura y el cambio climático. Estos factores evolucionan hacia pilares importantes para lograr la transformación de la empresa mediante la promoción de cambios de comportamiento, conductuales y cognitivos. Las empresas multinacionales utilizan cada vez más la comunicación interna como estrategia de gestión estratégica. Estas empresas se preocupan no solo de desarrollar una imagen favorable y reputación para su audiencia externa a través de tácticas creadas para ellas, sino también de adoptar planes estratégicos para tranquilizar a los trabajadores y fomentar la colaboración con el fin de mejorar la cultura corporativa.

Del mismo modo, Villacorta et al. (2023) El propósito del estudio es descubrir el vínculo entre la comunicación organizacional y las habilidades de liderazgo en el Instituto Educativo Guillermo E. Billinghurst en el distrito peruano de Barranca. Se empleó un análisis de correlación para apoyar un enfoque cuantitativo empleando un diseño descriptivo no experimental. El alumnado estaba integrado por 67 profesores de enseñanza secundaria. Se estableció un coeficiente de correlación de 0,071, mostrando que las variables analizadas tenían una asociación positiva mínima. Esto sugiere una conexión entre las cualidades de liderazgo y la comunicación institucional interna. Sin embargo, para lograr una mejor gestión, es esencial que ambas esferas se desarrollen de manera metódica.

Así mismo, La Teoría de la Integridad de Morn está siendo aplicada para evaluar y reflexionar sobre varios elementos de la naturaleza humana, la sociedad y la cognición. Esta teoría implica una mezcla de características cuantitativas del sistema y proporciona una nueva perspectiva de la realidad. En el contexto empresarial, la gestión de la complejidad se enfoca en simplificar los flujos de trabajo y gestionar los datos para organizar y mantener una visión global. La complejidad en una empresa se puede considerar como un sistema que contiene factores que se influyen los unos a los otros y de los que sólo se tiene información parcial. La Teoría de la acción comunicativa de Habermas, en la que argumenta que el lenguaje es el proceso fundamental a través del cual los humanos logran el

entendimiento mutuo, y el entendimiento se alcanza mediante el diálogo libre e igualitario entre ellos. La acción comunicativa se refiere a las acciones que tienen lugar en el marco del diálogo y buscan alcanzar un acuerdo o consenso entre los participantes. La fundación fenomenológica de Husserl, que se centra en explicar los eventos como parecen a la conciencia; es decir, puede ser una herramienta beneficiosa para comprender las experiencias de negocios subjetivas de los individuos y cómo esto afecta su comportamiento y toma de decisiones. La fundación ontológica de Heidegger El tema de la existencia y la relación de uno con el mundo es central a la ontología básica. La ontología básica se ha empleado en el sector empresarial como base teórica para analizar la interacción entre las empresas y su entorno. Asimismo, el enfoque hermenéutico de Gadamer se enfoca en la comprensión como un proceso interpretativo que se da en el diálogo entre el intérprete y el objeto interpretado. En el ámbito empresarial, este enfoque podría ayudar a las organizaciones a comprender mejor su entorno y tomar decisiones más informadas (Sanchez & Cabrera, 2021).

La investigación examinó la teoría de la comunicación organizacional, que se describe como el intercambio de mensajes entre los miembros de una organización y sus numerosas audiencias externas. La comunicación organizacional es un campo que estudia cómo se llevan a cabo los procesos de comunicación dentro de las organizaciones, teniendo en cuenta las rutas de comunicación y los dominios organizativos internos. Es fundamental señalar que se desea un examen a fondo de la función de comunicación en las empresas para lograr una gestión eficaz de la misma (Contreras & Garibay, 2020).

Un modelo axiomático de gestión valora factores como la justicia, la igualdad y el bienestar de los empleados y la sociedad en su conjunto, así como la ética y la responsabilidad en la toma de decisiones. Esta estrategia reconoce la importancia de los valores para establecer el éxito y la sostenibilidad de la organización, y se centra en el desarrollo de una cultura organizacional basada únicamente en principios éticos (Chica & Vega, 2020).

Además, los que juegan un papel importante en el desarrollo de estructuras organizativas de éxito, son los modelos estratégicos para los equipos de trabajo. Sin embargo, para que sean efectivos, se deben cumplir ciertas condiciones, como

la presencia de valores compartidos entre los miembros del equipo (Zambrano et al., 2020).

Sin embargo, los valores en este contexto podrían involucrar la exploración de cómo los símbolos y las interacciones en el entorno laboral contribuyen a la formación y expresión de los valores de los individuos y del grupo. Además, se podría examinar cómo estos valores influyen en las actitudes, comportamientos y decisiones de las personas en el entorno laboral (Ruilova et al., 2019).

Los gerentes deben reflexionar sobre los valores éticos y morales que sustentan su rol y responsabilidad en la gerencia. Deben considerar cómo sus valores personales se alinean con los valores fundamentales de la sociedad y cómo pueden aplicarlos en su forma en que lideran a su equipo y en la toma de decisiones. Al establecer una conexión entre los valores individuales y los valores sociales, los gerentes pueden promover una cultura organizativa basada en el respeto mutuo, la responsabilidad, y la gratitud, lo que puede contribuir al éxito y la efectividad de la organización. En resumen, la reflexión y la integración de los valores axiológicos en la gerencia son esenciales en la actualidad. Los gerentes deben considerar tanto sus propias aspiraciones y valores personales como los valores sociales y colectivos para orientar su comportamiento y liderazgo de manera ética y efectiva (Olay, 2023).

La espiritualidad es una herramienta que debe ser abordada en la gestión organizacional (Escobar, 2020). Además, se descubrió que las capacidades de gestión en las dimensiones analítica e interpersonal se consideraron adecuadas. Sin embargo, la duración del servicio fue el único factor socioeconómico que mostró un vínculo significativo con la competencia de gestión (Arrascue et al., 2021). Igualmente, como contribución al desarrollo de la historia empresarial, se identifican los muchos elementos que la componen, transformándola en una excelente herramienta para involucrar a los empleados en un proyecto inspirador y único (Robledo et al., 2020).

De igual manera, los componentes axiológicos organizacionales, se refieren a los valores y principios que una organización acepta y apoya en sus actividades. Estos principios se centran en el bienestar de todos los miembros de la organización, así como de la sociedad en su conjunto. La organización se preocupa por crear un entorno sostenible y propicio para el desarrollo socioeconómico, al

tiempo que se enfoca en la felicidad y el bienestar individual de quienes forman parte de la organización (Chica & Vega, 2020).

Las dimensiones del modelo gerencial axiológico fueron dirección con valores, implica que los líderes y gerentes de una organización guíen y supervisen a su equipo teniendo en cuenta principios éticos y valores fundamentales.

Organización con valores es cuando los principios éticos y morales son críticos para el éxito a largo plazo. Intenta construir una cultura en la que todos los miembros defiendan ideales como la honestidad, la apertura y la responsabilidad.

Planificación con valores, implica desarrollar estrategias y planes que estén alineados con los valores fundamentales de una organización. Se considera el impacto de las decisiones en los colaboradores, clientes y sociedad en general, tomando decisiones éticas y responsables.

Control con valores, se refiere a supervisar y evaluar las actividades y el rendimiento de una organización teniendo en cuenta los valores fundamentales. Se establecen sistemas y procesos de control que miden la ética y la responsabilidad en las decisiones y acciones. Para mantener la integridad y la ética en todos los sectores de la empresa, se llevan a cabo medidas correctivas.

La comunicación interna es el intercambio de información entre todos los miembros de una organización (Claro et al., 2022). La estrategia de comunicación interna de la empresa debe basarse en la cultura laboral actual, lo que significa que debe adaptarse a las características y demandas de los trabajadores, así como al entorno de trabajo en el que operan (Guerrero, 2019).

La importancia de una comunicación interna efectiva radica en el hecho de que permite una mayor colaboración y participación de los empleados, promoviendo así un ambiente de trabajo más productivo y creativo (Tkalac et al., 2023; Wuersch et al., 2023). El aumento de las acciones de comunicación interna muestra cómo las organizaciones están reconociendo la necesidad de mantener a sus empleados informados y comprometidos (Urbancova et al., 2023; Fernandes et al., 2023). Además, la digitalización de la organización se ha convertido en una prioridad ya que permite una comunicación más rápida y eficaz, así como el uso de nuevas herramientas y tecnología para impulsar la productividad y la creatividad (Xifra, 2020). Entre los aspectos, descubrimos la comunicación descendente; comienza en los niveles superiores de la estructura organizacional y está dirigida a

los niveles inferiores (Grawe et al., 2023; Imam et al., 2023). Por ejemplo, la comunicación entre supervisores y subordinados o entre gerentes y empleados. A menudo es unidireccional y se utiliza para alertar, enseñar y hacer juicios (Xifra, 2020).

La comunicación horizontal tiene lugar entre compañeros, como empleados del mismo equipo, coordinadores de nivel o jefes de departamento (Qin & Men, 2023). Debido a que se construye entre personas en el mismo nivel, no hay una relación desigual en este tipo de comunicación (Imam et al., 2023). Por lo general se utiliza para comunicar información y responder a preguntas, entre otros (Xifra, 2020). La comunicación ascendente ocurre desde las capas inferiores a las superiores de la jerarquía (Thelen et al., 2023). Los subordinados proporcionan información a directores, gerentes y ejecutivos, entre otros (Santoso et al., 2023). También se utiliza para presentar ideas, pensamientos y propuestas a personas de la empresa que toman decisiones estratégicas o hacen peticiones oficiales (Xifra, 2020). La comunicación diagonal, que también es conocida como comunicación cruzada, se refiere a la interacción y al intercambio de información entre individuos que ocupan diferentes niveles jerárquicos o pertenecen a distintos departamentos dentro de una organización (Lee & Dong, 2023).

Además, Johansson y Raunio (2020) destacan la importancia de la comunicación gubernamental en la dinámica del poder dentro de los gabinetes y la autoridad ejecutiva. Además, destaca cómo la centralización de la comunicación se está volviendo más común en países como Suecia, donde los primeros ministros y sus oficinas desean una mayor autoridad sobre todo el gobierno (Jaafari et al., 2023). Además, el uso de facebook por parte de funcionarios gubernamentales para comunicarse con el público y los medios de comunicación viola los principios de neutralidad política y autonomía (Pérez, et al., 2023). Además, se ha observado la necesidad de un marco legislativo más sólido que permita el uso frecuente de las redes sociales financiadas por el gobierno en la comunicación gubernamental (Rusmann et al., 2020). Del mismo modo, aborda la comunicación de los gobiernos locales en las democracias de transición, haciendo hincapié en la importancia de los elementos culturales y estructurales en la calidad de la comunicación y abogando por un enfoque participativo e inclusivo para mejorarla (Akhmad, 2020).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de estudio y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

Basándonos en las cualidades evidenciadas por el estudio, hemos identificado el enfoque de investigación aplicada. Esta clasificación se encuentra dentro de los criterios definidos por CONCYTEC y se encuentra en las especificaciones presentadas para RENACYT. En este contexto, se considera como una forma de conocimiento novedoso que se ha revelado a través de observaciones concretas o conexiones identificadas (CONCYTEC, 2021).

En esta perspectiva, en términos de su alcance, la investigación adopta un enfoque descriptivo, ya que busca obtener pruebas que demuestren una posible explicación a la realidad encontrada (Hernández & Mendoza, 2018).

Esta categorización se determinó en función al tipo de investigación proyectiva de la investigación, en la cual se busca recopilar información vinculada a un período y lugar específicos. Además, se respalda mediante una propuesta que no está obligatoriamente destinada a implementarse. (Bernardo et al., 2019).

3.1.2 Diseño de investigación

El estudio se realizó con un enfoque cuantitativo para realizar un análisis basado en datos reales que pudieran cuantificarse para identificar la frecuencia de incidentes (Blasco & Vegas, 2018). Como resultado, el diseño del estudio que sirvió como base del informe fue reconocido como un diseño no experimental (Hernández & Mendoza, 2018). El objetivo es establecer un modelo de gestión axiológica natural para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una institución nacional en la región de Amazonas.

3.2. Variables y operacionalización

Variable independiente: Modelo gerencial axiológico

Definición Conceptual: Un modelo axiomático de gestión valora factores como la justicia, la igualdad y el bienestar de los empleados y la sociedad en su conjunto, así como la ética y la responsabilidad en la toma de decisiones. Este enfoque enfatiza la importancia de los valores en el éxito y la longevidad de una empresa, y se enfoca en construir una cultura organizacional basada en principios éticos sólidos (Chica & Vega, 2020).

Definición Operacional: un modelo axiomático de gestión en una Universidad nacional de la región de Amazonas, se esfuerza por mejorar la ética y la responsabilidad en la toma de decisiones mediante la gestión de la dirección, la organización, la planificación y el control basado en el valor.

Indicadores: Esta variable se creó mediante las siguientes dimensiones: dirección con valores, organización con valores, planificación con valores y control con valores los cuales serán utilizados para elaborar la propuesta del presente estudio.

Variable dependiente: Comunicación interna

Definición Conceptual: La comunicación interna es el intercambio de información entre todos los miembros de una organización. Consiste en las rutas y sistemas de información de la organización y se dirige hacia los empleados que trabajan allí, en sus diferentes departamentos o en otras formas organizativas (Claro et al., 2022).

Definición Operacional: La comunicación interna es un método de intercambio de información que ocurre en un patrón descendente, ascendente, horizontal y diagonal dentro de una universidad nacional en la región Amazonas.

Indicadores: Esta variable se midió a través de la dimensión comunicación descendente (5 ítems), comunicación ascendente (5 ítems), comunicación horizontal (4 ítems) y comunicación diagonal (4 ítems) dentro de un cuestionario donde llenará su percepción mediante la escala de Likert del 1 al 5.

Escala de Medición: fue ordinal porque se estableció categorías en los resultados del estudio (Hernández & Mendoza, 2018).

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población: Es la suma de todas las personas que se encuentran en un lugar específico en un momento determinado y que se ajustan a los criterios de investigación establecidos (Baena, 2017).

La población se compone de 202 personas que trabajan en un centro de educación superior en una universidad nacional amazónica, 58 de los cuales han sido nominados y 144 de los cuales trabajan en el centro de educación superior.

Criterios de inclusión: (a) que trabajen la casa de estudios en el momento del estudio. (b) Estar presente en el periodo de estudio. (c) ser régimen 276 o CAS.

Criterios de exclusión: (a) que no trabajen la casa de estudios en el momento del estudio. (b) no estar presente en el periodo de estudio. (c) no ser régimen 276 o CAS (c) No ser mayor de 18 años.

3.3.2. Muestra: La muestra es una fracción reducida que simboliza a la población en su conjunto. (Blasco & Vegas, 2018).

La muestra está compuesta por 133 servidores del centro de superior de estudios de una universidad nacional de la región Amazonas (Anexo 7)

3.3.3. Muestreo: Al ser el muestreo en un conjunto de técnicas que permiten escoger la muestra (Blasco & Vegas, 2018). El muestreo será aleatorio simple.

3.3.4. Unidad de análisis: Servidor del centro de superior de estudios de una universidad nacional de la región Amazonas.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica encuesta: Es una estrategia utilizada por los investigadores para proporcionar un cuestionario elaborado con preguntas que fueron respondidas en base a la perspectiva de la encuesta (Hernández & Mendoza, 2018).

Para llevar a cabo la recopilación, se presentaron tanto los riesgos como los beneficios de participar de manera que queden reflejados en el proceso de obtención del consentimiento informado, solicitando así la participación de manera voluntaria. Posteriormente, se procedió a facilitar la administración de los cuestionarios.

Se utilizó un cuestionario con datos cuantitativos que fueron evaluados utilizando estadísticas como herramienta para alterar la comunicación interna (Hernández & Mendoza, 2018). Un cuestionario sobre comunicación interna con 18

ítems, dividido en cuatro dimensiones: comunicación descendente (5 ítems), comunicación ascendente (5 ítems), comunicación horizontal (4 ítems), y comunicación diagonal (4 ítems) dentro de un cuestionario donde su percepción se llenaría utilizando una escala de Likert que va del 1 al 5.

La validación del instrumento fue valorada por tres expertos en el tema de estudio.

La fiabilidad del instrumento se demostró durante la prueba piloto con 25 personas al proporcionar una calificación alfa 0.

Alfa de Cronbach del instrumento fue 0.892 mayor a 0.75 confirma la confiabilidad del instrumento para ser aplicado.

3.5. Procedimientos

Hernández & Mendoza (2018) diseñaron las metodologías para realizar el análisis. La autorización institucional requerida se obtuvo mediante el procedimiento de recepción de documentos para crear el estudio. Una vez aprobada la investigación, cada participante recibió una declaración en la que se describían los riesgos y las ventajas de su participación, con el fin de resolver con precisión las dificultades éticas. Posteriormente, se enviaron cuestionarios a los participantes para evaluar su interés en el estudio. Los datos se compilaron en una base de datos, que luego se importó en el SPSS26, donde se codificó y se realizó un análisis, que luego se mostró en tablas y gráficos.

3.6. Métodos de análisis de datos

Los datos se organizaron en una base de datos de Microsoft Excel, que luego se transfirió a través del sistema operativo Windows a la herramienta estadística SPSS 26. A continuación se realizó un análisis estadístico descriptivo e inferencial, con los resultados presentados de manera inteligible en forma de tablas y gráficos (Blasco & Vegas, 2018). Siguiendo esa pauta, se utilizaron los siguientes enfoques estadísticos: el porcentaje correspondiente a la proporción de residentes en cada grupo (Hernández & Mendoza, 2018).

3.7. Aspectos éticos

Se establecieron procedimientos para garantizar que se abordaran las características estéticas necesarias para llevar a cabo la presente investigación. La participación de los sujetos fue totalmente voluntaria y anónima, y los datos fueron protegidos en cumplimiento de las regulaciones de privacidad peruanas. Además,

los participantes fueron tratados con dignidad, y se llevó a cabo una selección imparcial, con el propósito de presentar una investigación imparcial y de alta calidad. Además, al capacitar a los empleados en la recopilación de datos, se hizo hincapié en la necesidad de sinceridad y objetividad para eliminar el sesgo en las respuestas y adquirir información precisa y confiable. Finalmente, para evitar el plagio, se incorporará una proporción aceptable de software Turnitin en el informe final de conformidad con la política de la Universidad César Vallejo (2021).

IV. RESULTADOS

Se proporcionan los resultados de los estudios y se exploran las ramificaciones de estos resultados después de los procesos necesarios para la selección de muestras y la recopilación de datos utilizando metodologías de análisis estadístico cuantitativo:

Tabla 1

Nivel de la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas

	Recuento	Porcentaje
Muy bajo	51	38.3%
Bajo	44	33.1%
Regular	38	28.6%
Alto	0	0.0%
Muy alto	0	0.0%
Total	133	100.0%

Nota. elaboración propia.

En la tabla presentada, se muestra el nivel de comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas. Los resultados revelan que la comunicación interna se encuentra mayormente en los niveles de "muy bajo" y "bajo", representando el 38.3% y 33.1% respectivamente. Además, se observa que el nivel de comunicación interna "alto" y "muy alto" no se registró en la muestra analizada. Estos hallazgos muestran que la comunicación interna de la universidad puede utilizar algún trabajo. También cabe mencionar que la comunicación interna "regular" es considerable y representa el 28,6% del total. Esto demuestra que, si bien no es tan bajo como los niveles anteriores, la comunicación administrativa todavía tiene potencial de crecimiento.

Estos indican que la comunicación interna en la universidad presenta áreas de oportunidad, especialmente en los aspectos descendente, ascendente, horizontal y diagonal. Es fundamental fortalecer la comunicación en todos estos componentes para promover un ambiente colaborativo y efectivo en la sede administrativa. Se recomienda implementar estrategias y acciones que fomenten una comunicación clara, abierta y transparente entre los diferentes niveles y áreas de la organización.

Tabla 2

Nivel de la comunicación descendente en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas

	Recuento	%
Muy bajo	51	38.3%
Bajo	82	61.7%
Regular	0	0.0%
Alto	0	0.0%
Muy alto	0	0.0%
Total	133	100.0%

Nota. elaboración propia.

Según los datos de la tabla, se observa que el nivel de comunicación descendente se divide en dos categorías donde el nivel "Muy bajo" representa el 38.3% de los casos, mientras que el nivel "Bajo" representa el 61.7%. Estos resultados indican que la comunicación descendente en la sede administrativa de la universidad tiende a ser mayormente baja, esto sugiere que existen áreas de oportunidad para mejorar la comunicación en sentido descendente en la organización. Los resultados de una colección de métricas están ligadas a la confiabilidad de la información de niveles más altos, el estilo comunicativo adoptado por los líderes, la integración de tecnología en la transmisión de información, así como el nivel de involucramiento y atención prestados a la información suministrada en los canales de comunicación escritos y electrónicos.

Tabla 3

Nivel de la comunicación ascendente en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas

	Recuento	%
Muy bajo	33	24.8%
Bajo	18	13.5%
Regular	82	61.7%
Alto	0	0.0%
Muy alto	0	0.0%
Total	133	100.0%

Nota. elaboración propia.

La siguiente tabla muestra los resultados de una mayor comunicación en la oficina administrativa de una institución nacional en el área de Amazonas. Analizando los hallazgos, podemos observar que la mayoría de los empleados encuestados indicaron un aumento en el contacto "regular", representando el 61.7% de los casos. Además, se encontró que el 24.8% de los empleados consideraron que el nivel de comunicación ascendente era "Muy bajo" y el 13.5% lo calificaron como "Bajo". Estos resultados sugieren que existe un margen de mejora en la comunicación ascendente en la sede administrativa de la universidad. En consecuencia, poder mejorar la capacidad de los empleados para comunicarse con sus superiores, compartir ideas, plantear dudas y recibir retroalimentación.

Tabla 4

Nivel de la comunicación horizontal en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas

	Recuento	%
Muy bajo	89	66.9%
Bajo	44	33.1%
Regular	0	0.0%
Alto	0	0.0%
Muy alto	0	0.0%
Total	133	100.0%

Nota. elaboración propia.

La tabla proporcionada muestra que la mayoría de los empleados encuestados reportaron un nivel de comunicación horizontal "Muy bajo", representando el 66.9% de los casos. Además, el 33.1% de los empleados consideraron que el nivel de comunicación horizontal era "Bajo". De acuerdo con estos hallazgos, la capacidad de los empleados para comunicarse y relacionarse entre sí, intercambiar conocimientos y operar eficazmente como un equipo es severamente inadecuada. En consecuencia, estos resultados señalan la necesidad de implementar estrategias y prácticas que fomenten una comunicación más abierta, colaborativa y efectiva entre los empleados en el entorno laboral.

Tabla 5

Nivel de la comunicación diagonal en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas

	Recuento	%
Muy bajo	51	38.3%
Bajo	82	61.7%
Regular	0	0.0%
Alto	0	0.0%
Muy alto	0	0.0%
Total	133	100.0%

Nota. elaboración propia.

La tabla muestra que la mayoría de los empleados encuestados reportaron un nivel de comunicación diagonal "Muy bajo", lo cual representa el 38.3% de los casos. Además, el 61.7% de los empleados consideraron que el nivel de comunicación diagonal era "Bajo". Estos resultados indican una falta significativa en la capacidad de los empleados para comunicarse y colaborar entre diferentes niveles jerárquicos, como entre superiores y compañeros de trabajo. En resumen, los resultados señalan la necesidad de mejorar la comunicación entre diferentes niveles jerárquicos, fomentando la naturalidad, sinceridad y la participación de todos en la formulación de propuestas que beneficien a los trabajadores y a la institución. También es importante evaluar y mejorar la puntualidad de la información brindada dentro de la institución y fomentar la integración entre los miembros de diferentes áreas mediante una comunicación efectiva.

V. DISCUSIÓN

En la tabla que se presenta, se detalla minuciosamente el estado de la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional ubicada en la región de Amazonas. Los resultados revelan una situación mayoritariamente deficiente en cuanto a la comunicación interna, ya que los niveles catalogados como "muy bajo" y "bajo" representan el 38.3% y el 33.1%, respectivamente. Curiosamente, en la muestra analizada, no se encontró ningún indicio de comunicación interna calificada como "alto" o "muy alto". Estos descubrimientos ponen de manifiesto la necesidad imperante de mejorar el flujo comunicativo dentro de la institución universitaria. Además, es importante destacar que la categoría de comunicación interna "regular" constituye un porcentaje sustancial, representando el 28.6% del total. Esto implica que, si bien no es tan crítico como los niveles más bajos, aún existe un amplio espacio para el crecimiento y la mejora en el ámbito de la comunicación administrativa. En definitiva, estos resultados indican claramente que la comunicación interna en la universidad presenta áreas de oportunidad, particularmente en lo que respecta a los aspectos descendentes, ascendentes, horizontales y diagonales. Por lo tanto, se hace imperativo fortalecer la comunicación en todos estos componentes con el fin de cultivar un ambiente de trabajo colaborativo y eficiente en la sede administrativa. En consecuencia, se recomienda la implementación de estrategias y acciones concretas que fomenten una comunicación más nítida, abierta y transparente entre los diferentes niveles y áreas de la organización.

Además de los resultados presentados en la tabla, es importante contextualizar esta situación en el marco de investigaciones previas. Por ejemplo, el estudio llevado a cabo por Nguyen & Ha (2023) arroja luz sobre la relación intrincada entre la comunicación interna, el compromiso laboral, el compromiso organizacional y la satisfacción laboral, lo que brinda una comprensión más completa del impacto de la comunicación interna en la lealtad de los empleados.

Paralelamente, el trabajo de Arif et al. (2023) destaca la relevancia de la comunicación interna en las relaciones públicas y cómo esta influye en la participación activa de los empleados en sus roles. Este estudio profundiza en la capacidad de la comunicación interna para fomentar el desarrollo de atributos estratégicos en los empleados y su involucramiento en la formulación de objetivos

estratégicos dentro de la organización. Estos hallazgos contribuyen significativamente a la teoría de las relaciones públicas y ofrecen a las empresas la oportunidad de abordar estratégicamente la comunicación interna en su entorno social y laboral.

Similarmente, Coelho & Rua (2023) subrayan cómo una estrategia de comunicación innovadora puede tener un impacto positivo en el rendimiento general del personal de una empresa. Además, esta estrategia promueve la interacción entre los trabajadores, incluyendo aquellos que trabajan de forma remota, y cultiva un sentido de pertenencia y compromiso con la empresa. En última instancia, esta investigación subraya de manera elocuente el papel fundamental de la comunicación interna en el contexto empresarial.

Cuando se examinan los datos específicos sobre la comunicación descendente, se revela una situación dividida en dos categorías, donde el nivel "Muy bajo" representa el 38.3% de los casos y el nivel "Bajo" abarca el 61.7%. Estos resultados indican que la comunicación descendente en la sede administrativa de la universidad suele ser predominantemente insatisfactoria, lo que plantea la necesidad urgente de mejorar esta dimensión de la comunicación dentro de la organización.

En consonancia con lo anterior, el estudio de Hernández & Castillo (2021) enfatiza que el propósito central de una empresa es generar valor, un concepto ampliamente aceptado en la literatura especializada. El estudio analiza las contribuciones más recientes en el campo de la creación de valor y destaca el creciente interés en el concepto de co-creación de valor, así como su relación con las preocupaciones tecnológicas y el rendimiento comercial de las empresas. En este contexto, se vuelve aún más evidente la importancia de la comunicación interna como elemento clave en la creación de valor empresarial.

El estudio de Castro & Cadme (2019) resalta que un plan estratégico es esencial en la gestión interna de las organizaciones. Se observa una carencia de programas de formación continua tanto para directivos como para profesores, así como una falta de atención a los valores entre los estudiantes. Estos hallazgos subrayan la necesidad de implementar planes estratégicos sólidos, fomentar el liderazgo continuo y el crecimiento educativo, y resaltar los valores de los estudiantes como parte fundamental para mejorar el entorno educativo. Cabe

mencionar que estas conclusiones se basan en una evaluación exhaustiva de diversas métricas relacionadas con la confiabilidad de la información, el estilo de comunicación de los líderes y la integración de tecnología en la transmisión de información.

La tabla presentada expone resultados que indican un mayor nivel de comunicación en la oficina administrativa de una institución nacional en la región de Amazonas. Al analizar con detenimiento estos hallazgos, se puede observar que la mayoría de los empleados encuestados perciben un nivel de comunicación "regular", lo cual representa el 61.7% de los casos. Además, se identifica que el 24.8% de los empleados considera que el nivel de comunicación ascendente es "Muy bajo", mientras que el 13.5% lo califica como "Bajo". Estos resultados señalan la oportunidad de mejorar la comunicación ascendente en la sede administrativa de la universidad, lo que podría fortalecer la capacidad de los empleados para comunicarse con sus superiores, compartir ideas, plantear dudas y recibir retroalimentación constructiva.

La tabla proporcionada también arroja luz sobre el nivel de comunicación horizontal en la institución. Los resultados reflejan que la mayoría de los empleados la perciben como "Muy baja" (66.9%) o "Baja" (33.1%). Estos hallazgos subrayan la necesidad apremiante de implementar estrategias y prácticas que fomenten una comunicación más abierta, colaborativa y efectiva entre los empleados en su entorno laboral.

El estudio realizado por Curilla et al. (2023) respalda aún más la idea de que la comunicación interna desempeña un papel esencial en la configuración del clima organizacional. Este estudio identifica elementos clave, como las interacciones interpersonales y los estilos de gestión, que influyen en la asertividad y la satisfacción de los empleados. Además, destaca que la comunicación interna impacta directamente en la percepción de la remuneración y en la promoción de valores colectivos que impulsan un mayor rendimiento y compromiso laboral. En resumen, se demuestra que la comunicación interna es un factor determinante en la mejora de las variables climáticas organizacionales, lo que contribuye a un ambiente de trabajo más positivo y a mejoras en la estructura y la eficacia organizacional.

Murray et al. (2019) revelan que una comunicación interna ineficaz conlleva problemas tanto para los profesores como para el personal en entornos educativos. Se destaca la importancia de la consideración del usuario final en la entrega de información y cómo esto puede afectar la satisfacción y la utilidad de la comunicación. En este contexto, se presenta el ejemplo de Mobile Assistant (UMA), una tecnología que se desarrolló con base en las necesidades de los usuarios finales y que ha demostrado su eficacia como herramienta de comunicación interna en una institución de ingeniería en Perú. Esta iniciativa resalta la importancia de adaptar la comunicación interna a las necesidades y expectativas de los empleados.

Asimismo, Anton & Garcia (2019) enfatizan que la comunicación interna es esencial para el cumplimiento de los objetivos de una organización. Destacan que obstáculos como el tiempo de viaje y las horas inconvenientes pueden afectar la asistencia a eventos formativos. Esto resalta la importancia de un enfoque de comunicación interna que sea inclusivo y flexible. Además, se subraya la necesidad de diseñar estrategias de comunicación interna que tengan en cuenta enfoques de género, androgénicos y multiculturales, y que fomenten la flexibilidad.

La tabla proporcionada también revela datos relacionados con la comunicación diagonal en la institución. La mayoría de los empleados encuestados perciben un nivel de comunicación diagonal "Muy bajo" (38.3%) o "Bajo" (61.7%). Estos resultados indican una falta significativa en la comunicación y colaboración entre diferentes niveles jerárquicos dentro de la organización. Esto resalta la necesidad de mejorar la comunicación entre diferentes niveles jerárquicos, promoviendo la participación activa de todos en la generación de propuestas beneficiosas tanto para los trabajadores como para la institución. Además, es esencial evaluar y mejorar la puntualidad de la información proporcionada en la institución y fomentar la integración entre los miembros de diferentes áreas mediante una comunicación efectiva.

El estudio realizado por Garces (2023) aborda de manera similar la comunicación interna en la Corte Superior de Justicia de Loreto en Iquitos, enfocándose en la comunicación horizontal interna, ascendente y otros aspectos comunicativos desde la perspectiva del personal. Los resultados revelan que la

comunicación organizacional interna se considera habitual para aproximadamente la mitad de los trabajadores en dicha institución. Sin embargo, la comunicación interna descendente presenta ambigüedad y alta incertidumbre, lo que se atribuye a la falta de confianza y flexibilidad de los empleados para abordar problemas relacionados con el trabajo.

En línea con estas investigaciones, el estudio de Milla & Rios (2023) resalta la creciente importancia de la comunicación interna para alcanzar los objetivos de la organización y fomentar la colaboración. Los resultados de su análisis muestran una relación significativa entre la comunicación interna y la colaboración en el Departamento Regional de Agricultura de San Martín.

Por otro lado, Lucar (2022) examina el impacto de estrategias de comunicación estratégica, gestión del cambio, cultura y cambio climático en la transformación empresarial. Este estudio enfatiza cómo las empresas multinacionales utilizan la comunicación interna como una estrategia clave para impulsar cambios en el comportamiento y mejorar la cultura corporativa.

El estudio de Villacorta et al. (2023) emplea un enfoque cuantitativo para establecer una asociación positiva mínima entre las cualidades de liderazgo y la comunicación institucional interna. Esto resalta la necesidad de desarrollar ambas áreas de manera metódica para lograr una gestión más efectiva en el entorno organizacional. Por consiguiente, la comunicación interna es un aspecto crítico que influye en la eficacia y el rendimiento de una organización. Los resultados presentados en la tabla y respaldados por investigaciones previas subrayan la necesidad de mejorar la comunicación en todos los niveles y dimensiones dentro de una organización para promover un ambiente laboral colaborativo y efectivo.

VI. CONCLUSIONES

1. Se presentó un modelo axiomático de gestión para promover la comunicación interna en una institución nacional de la región Amazonas.
2. En la investigación se constató que el nivel de comunicación interna es muy bajo, evidenciando oportunidades de mejora, especialmente en los aspectos descendente, ascendente, horizontal y diagonal.
3. En la investigación se constató que el nivel de comunicación descendente tiende a ser baja, esto sugiere que existen áreas de oportunidad para mejorar la comunicación en sentido descendente dentro de la organización. Por otro lado, el nivel de comunicación ascendente es regular evidenciando una margen de mejora en la comunicación ascendente en la sede administrativa de la universidad. Además, el nivel de comunicación horizontal es muy bajo debido al déficit significativo en la capacidad de los empleados para comunicarse y colaborar entre ellos, compartir información, y trabajar de manera efectiva como equipo. Asimismo, el nivel de comunicación diagonal es bajo por falta significativa en la capacidad de los empleados para comunicarse y colaborar entre diferentes niveles jerárquicos, como entre superiores y compañeros de trabajo.
4. Se realizó el diseño que la propuesta de un modelo gerencial axiológico basado en cinco estrategias de organización, monitoreo y evaluación con un programa de sensibilización e integración de doce meses para mejorar la comunicación interna eficiente con valores éticos en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas.

VII. RECOMENDACIONES

1. Al vicerrector académico dar a conocer el modelo para su socialización y aprobación para una futura implementación de un modelo axiológico propuesto para mejorar la comunicación interna. Para lograrlo, es necesario establecer un plan estratégico, asignar recursos y supervisar el progreso del proyecto. Es responsabilidad de la autoridad ser el principal promotor de la importancia de la comunicación interna y crear conciencia sobre los beneficios que puede aportar a la organización.
2. Al jefe de administración, para su conocimiento de acuerdo a acciones adoptadas, establecer canales de comunicación efectivos y transparentes en todas las direcciones: descendente, ascendente, horizontal y diagonal. Esto requiere crear un ambiente de confianza en el que los empleados se sientan cómodos expresando sus ideas y preocupaciones, y en el que la información fluya libre y transparente.
3. Promover la colaboración y la coordinación entre el público interno mediante el despliegue de espacios de participación digital y el intercambio de información entre diversos departamentos y áreas administrativas, según la oficina central de información. Esto implica promover la comunicación y colaboración entre superiores y compañeros de trabajo, creando espacios donde se puedan compartir ideas y perspectivas.
4. A la gerencia de recursos humanos asegurarse de que se socialice el Modelo Axiológico con el personal interno, de esta manera integrar y sensibilización trabajar interno. Este programa debe ser diseñado y supervisado por la autoridad e incluir capacitaciones, talleres y actividades que ayuden a los empleados a desarrollar habilidades de comunicación y fortalecer los valores éticos en la comunicación interna de acuerdo a sus necesidades.

VIII. PROPUESTA

Modelo axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas

INTRODUCCIÓN

La comunicación interna dentro de esta institución se ha vuelto un desafío que debe ser abordado de manera urgente. En este contexto, se presenta un Modelo Axiológico que tiene como objetivo primordial mejorar la comunicación interna, infundiendo valores éticos en cada aspecto de la interacción universitaria. La importancia de esta iniciativa radica en que una comunicación interna efectiva es esencial para la coordinación y colaboración eficiente entre los diferentes departamentos y niveles jerárquicos de la universidad. Además, la falta de valores éticos en la comunicación ha llevado a situaciones de conflicto, falta de transparencia y pérdida de confianza en la institución. Este modelo busca fortalecer la identidad institucional y el compromiso de sus miembros a través de una comunicación interna más efectiva y enriquecida con valores éticos. La universidad tiene la oportunidad de convertirse en un referente de excelencia académica y ética en la región Amazonas.

JUSTIFICACIÓN

Este modelo se fundamenta en la necesidad imperante de mejorar la comunicación interna en una Universidad Nacional de la Región Amazonas y fortalecer la cultura de valores éticos en la comunidad universitaria. Una comunicación interna eficiente con valores éticos promueve la colaboración, la transparencia y el compromiso entre los miembros de la institución, lo que a su vez mejora la calidad de los servicios académicos y la imagen institucional.

OBJETIVO

Mejorar la comunicación interna en una Universidad Nacional de la Región Amazonas.

ESTRATEGIAS

Creación de un Comité de Comunicación Interna y Ética.

Diseño e implementación de un Portal de Comunicación Interna y Ética.

Fomento de la Comunicación Abierta y Horizontal.

Implementación de un Programa de Reconocimiento Ético.

Creación de un Manual de Valores Éticos.

PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN EN VALORES

- Taller de Sensibilización 1:** "Comunicación Ética y Empatía"
- Taller de Sensibilización 2:** "Resolución Ética de Conflictos"
- Taller de Sensibilización 3:** "Liderazgo Ético"
- Taller de Sensibilización 4:** "Comunicación Ética en el Entorno Digital"
- Taller de Sensibilización 5:** "Valores Éticos en la Proyección Social"

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN SOBRE GERENCIA CON VALORES:

- Taller 1:** Introducción a la Gerencia Ética
- Taller 2:** Ética en la Toma de Decisiones Gerenciales
- Taller 3:** Liderazgo Ético en la Gerencia
- Taller 4:** Ética en la Comunicación Gerencial
- Taller 5:** Ética en la Gestión de Recursos Humanos
- Taller 6:** Ética en la Investigación y Publicación
- Taller 7:** Ética en la Evaluación Académica
- Taller 8:** Ética en la Toma de Decisiones Institucionales
- Taller 9:** Ética en la Relación con la Comunidad
- Taller 10:** Ética en la Gestión de Proyectos

CRONOGRAMA ACTIVIDADES DE INTEGRACIÓN CON VALORES

- Mes 1:** Torneo Deportivo "Valores en Acción"
- Mes 2:** Charla Motivacional "Ética en la Educación"
- Mes 3:** Día de Voluntariado Ético
- Mes 4:** Taller de Comunicación Ética
- Mes 5:** Concurso de Ensayos "Valores en la Educación Superior"
- Mes 6:** Caminata Ética por la Naturaleza
- Mes 7:** Conferencia "Ética y Liderazgo"
- Mes 8:** Día de la Ética en la Investigación
- Mes 9:** Jornada de Valores en la Docencia
- Mes 10:** Feria Ética y Cultural
- Mes 11:** Taller de Ética en la Resolución de Conflictos
- Mes 12:** Ceremonia de Reconocimiento Ético

REFERENCIAS

- Aced, C., y Miquel, S. (2021). Internal communication in Spanish companies in strategic terms. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 12(2), 245-261.
<https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.18692>
- Arif, S., Johnston, K., Lane, A., & Beatson, A. (2023). A strategic employee attribute scale: Mediating role of internal communication and employee engagement. *Public Relations Review*, 49(2), 102320.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102320>
- Arrascue, I., Podestá, L., Matzumura, J., Gutiérrez, H., & Ruiz, R. (2021). Employees' perception of management skills in the Los Olivos Municipal Hospital. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 21(2), 275-282.
<https://doi.org/10.25176/rfmh.v21i2.3715>
- Atarama, T., & Vega, D. (2020). Corporate communication and branded content on Facebook: a study of official Peruvian university accounts. *Revista De Comunicación*, 19(1), 37–53. <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A3>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. (3a. ed.). Grupo Editorial Patria.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Barreno, E., Villalba, S. & Andrade, A. (2023). Communicative relations between authorities and teachers in the fulfilment of academic-social activities: A case study. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, (4)2, 1269-1285 <https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/683>

- Bernardo, C., Carbajal, Y., & Contreras, V. (2019). *Metodología de la investigación*. Universidad de San Martín de Porres. [https://instipp.edu.ec/Libreria/libro/METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION%20\(1\)%20\(1\).pdf](https://instipp.edu.ec/Libreria/libro/METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION%20(1)%20(1).pdf)
- Blasco, C., & Vegas, C. (2018). *Metodología de investigación en ciencias sociales*. Sotecza. https://books.google.com.pe/books/about/Metodolog%C3%ADa_de_investigaci%C3%B3n_en_cienci.html?id=7yrgxQEACAAJ&redir_esc=y
- Castro, A., Cadme, F., & Naspud, A. (2019). Leadership management and values in education. *Revista Pensamiento Americano*, 12(23), 105-126. <https://doi.org/10.21803/pensam.v12i22.250>
- Chica, I., & Vegas, H. (2020). Business axiology for innovation. A managerial vision from the perspective of the Ecuadorian context. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 5(8), 493-509. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7554344>
- Cisternas, R., López, A. J., Cabrera, M., & Díez, R. (2022). Telegram for the Exercise of Internal Communication: Analysis of its Use in Spanish Speaking Universities. *Fonseca Journal of Communication*, (25), 77–93. <https://doi.org/10.14201/fjc.29750>
- Claro, C., Ayala, M., & Barros, J. (2022). Internal Communication: Characterization and Analysis of the Work Performed by Companies within the Great Place to Work, in Chile. *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación*, 21(41), 67-82. <https://doi.org/10.22395/angr.v21n41a4>
- Coelho, P., & Rua, O. (2023). Linking internal communication and organisational performance during the COVID-19 pandemic. En A.Editor & B.Editor (Eds.),

Perspectives on Workplace Communication and Well-Being in Hybrid Work Environments (pp. 16-42). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-xxxx-x.chxxx>

Contreras, O., & Garibay, N. (2020). Organisational Communication: History, development and perspectives of a concept under constant construction in Latin America. *Inmediaciones de la Comunicación*, 15(2), 43-70. <https://doi.org/10.18861/ic.2020.15.2.3018>

Curilla, S., Morales, J., Poma, W., & Vicente, W. (2023). Influence of internal communication on the organizational climate of a local educational management unit in Peru. *Verslas: teorija ir praktika*, 24(1), 93-101. <https://doi.org/10.3846/btp.2023.16358>

Escobar, M. (2020). Spirituality: a management strategy for strengthening organisational values. *Gestión y Gerencia*, 14(2), 72-81. <https://revistas.uclave.org/index.php/gyg/article/view/3744>

Fernandes, R., Sousa, B., Fonseca, M., & Oliveira, J. (2023). Assessing the Impacts of Internal Communication: Employer Branding and Human Resources. *Administrative Sciences*, 13(6). 10.3390/admsci13060155

Fogaca, N., Coelho, F., Paschoal, T., Ferreira, M., & Torres, C. (2021). Relationship between job performance, well-being, justice, and organizational support: A. *Revista de Administração Mackenzie*, 22(4), 1-27. <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMG210108>

Garces, M. (2023). Evaluación de la comunicación organizacional interna desde la perspectiva de los trabajadores Corte Superior de Justicia de Loreto Iquitos 2019 [Universidad Nacional de la Amazonía Peruana]. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3438280>

- Grawe, M. N., Nkoala, S., & Makwambeni, B. (2023). The Use of Social Media for Internal Communication within South African Local Government. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 12(4), 203–213. <https://doi.org/10.36941/ajis-2023-0106>
- Guerrerro, M. (2019). La comunicación interna: una herramienta estratégica para la gestión del trabajo de las personas en la nueva organización. [Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://docta.ucm.es/entities/publication/5b6c200c-e6c7-4bf1-bab1-3d749a393fca>
- Hernández, J., & Castillo, A. (2021). Value creation: a contemporary approach to business management. *Ad-gnosis*, 10(10), 151-168. <https://doi.org/10.21803/adgnosis.10.10.476>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. México, Editorial Mc Graw Hill Education. http://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/wp-content/uploads/2019/02/RUDICsv9n18p92_95.pdf
- Imam, H., Sahi, A., & Farasat, M. (2023). The roles of supervisor support, employee engagement and internal communication in performance: a social exchange perspective. *Corporate Communications*, 28(3), 489–505. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-08-2022-0102>
- Jaafari, M., Amin, R., Latif, M., & Bin, H. (2023). Calibrating Internal Communication Satisfaction within Organizations as an Auditing Index. *Sustainability (Switzerland)*, 15(16). <https://doi.org/10.3390/su151612105>
- Lee, Y., & Dong, E. (2023). How Transparent Internal Communication From CEO, Supervisors, and Peers Leads to Employee Advocacy. *Management Communication Quarterly*, 37(4), 878–912. 10.1177/08933189231153869

- Lucar, R. (2022). Gestión estratégica de la comunicación interna y de la cultura corporativa en Backus [Universidad de San Martín de Porres]. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3431433>
- Milla, X., & Rios, V. (2023). Influencia de la comunicación interna en el trabajo en equipo en una entidad pública [Universidad Peruana Unión]. <http://200.121.226.32:8080/handle/20.500.12840/6727>
- Murray, V., Dasso, A., & Aguilar, N. (2019). University mobile assistant: A tool to improve the internal communication and the community engagement. World Engineering Education Forum - Global Engineering Deans Council, 8629720, 1-6. 10. <https://doi.org/1109/WEEF-GEDC.2018.8629720>
- Nguyen, C., & Ha, M. (2023). The interplay between internal communication, employee engagement, job satisfaction, and employee loyalty in higher education institutions in Vietnam. *Humanities & Social Sciences Communications*, 10(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01806-8>
- Olay, R. (2023). Management challenges to build corporate value. *Revista Venezolana De Análisis De Coyuntura*, 29(1), 109–136. Recuperado a partir de http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_ac/article/view/26477
- Pérez, L., Berlanga, I., & Victoria, J. (2023). Internal communication and employer branding within a humanistic model – a case study of IKEA (Spain, 2019–2021). *Corporate Communications*, 28(2), 213–229. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-03-2022-0027>
- Qin, Y. & Men, L. (2023). Exploring the Impact of Internal Communication on Employee Psychological Well-Being During the COVID-19 Pandemic: The Mediating Role of Employee Organizational Trust. *International Journal of Business Communication*, 60(4), 1197–1219. 10.1177/23294884221081838

- Ravina, R., Galvan, E., Sorzano, D. M., & Ruíz-Corrales, M. (2023). Mapping intrapreneurship through the dimensions of happiness at work and internal communication. *Corporate Communications*, 28(2), 230–248. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-03-2022-0037>
- Robledo, K., Atarama, T., & Russo, A. (2019). Storytelling as a tool for internal communication: a proposed management model. *Cuadernos de gestión*, 20(1), 137-154. <https://doi.org/10.5295/cdg.170755kr>
- Ruilova, P., Sempertegui, C., & Guerrero, M. (2019). Calidad del servicio de las empresas asociadas a la industria cosmética en el Ecuador. *Sociedad & Tecnología*, 4(3), 298–311. <https://doi.org/10.51247/st.v4i3.138>
- Sánchez, R., & Cabrera, I. (2021). Gerencia y responsabilidad social: construcción colectiva desde la complejidad y la acción comunicativa. *Telos*, 23(1), 100-114. <https://doi.org/10.36390/telos231.08>
- Santoso, N., Sulistyanyngtyas, I., & Pratama, B. (2023). Employee engagement and trust relationships during COVID-19 pandemic: the expanded role of internal communication. *Communication and Society*, 36(2), 187–204. <https://doi.org/10.15581/003.36.2.187-204>
- Solari, G. & Salas, H. (2023). Tecnologías de información y comunicación y desarrollo organizacional en el Área Comercial de una compañía peruana de seguros, 2022. *Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 25(25), 135-166. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2071-081X2023000100008&script=sci_arttext
- Thelen, P. , & Men, L. (2023). Commentary: The Role of Internal Communication in Fostering Employee Advocacy: An Exploratory Study. *International Journal*

- of *Business Communication*, 60(4), 1441–1454.
<https://doi.org/10.1177/2329488420975832>
- Tkalac, A., Galić, Z., & Žnidar, K. (2023). The Relationship of Internal Communication Satisfaction With Employee Engagement and Employer Attractiveness: Testing the Joint Mediating Effect of the Social Exchange Quality Indicators. *International Journal of Business Communication*, 60(4), 1313–1340. <https://doi.org/10.1177/23294884211053839>
- Torres, O. X. & Pantoja, M. (2023). La relevancia de la comunicación para el crecimiento empresarial: estudio de caso Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chuchuqui LTDA”, Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 15(S2), 577- 585.
<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/download/3928/3849/>
- Universidad César Vallejo. (2021). Reglamento de Investigación Versión 2.
<https://www.ucv.edu.pe/wp-content/uploads/2020/01/ANEXO-RCU.-N%C2%B0-0722-2021-UCV-1.pdf>
- Urbancova;, H., Vrabcova;, P., Paca;kova;, Z., & Janků, Š. (2023). Top-down internal communication and its importance for the sustainability of agricultural organizations from the perspective of Tomas Bata;s management philosophy. *PLoS ONE*, 18(9 SEPTEMBER). 10.1371/journal.pone.0291087
- Villacorta, J., Colina, F., Pantigoso, N., & Valverde, W. (2023). Habilidades directivas y comunicación organizacional interna. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 8(16), 32-54.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9031110>
- Villanueva, A. (2019). La constitucionalización de la mediación. El caso de Ecuador. *Derecho y Ciencias Sociales*. (20), 88-97.
<https://doi.org/10.24215/18522971e050>

- Waititu, P., & Barker, R. (2023). Employees' perceptions on the use of online internal communication for knowledge sharing. *Electronic journal of knowledge management*, 21(2), 103-113. <https://doi.org/10.34190/ejkm.21.2.2947>
- Wuersch, L., Neher, A., & Peter, M. (2023). Digital internal communication: An interplay of socio-technical elements. *International Journal of Management Reviews*, 25(3), 614–639. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12323>
- Xifra, J. (2020). Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19. *El profesional de la información*, 29(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.20>
- Zambrano, F., Berzosa, J., Romero, W., & Mora, N. (2020). Implementación de un modelo de Gestión para empresas textiles artesanales: Caso Almacenes Coronado 593. *Digital Publisher CEIT*, 5(6), 229–241. <https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.394 V5-N6-1>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnica / Instrumento
Modelo axiológico	Un modelo axiológico fomenta la ética y la responsabilidad en la toma de decisiones, así como valorar aspectos como la justicia, la equidad y el bienestar de los colaboradores y la sociedad en general. Este enfoque reconoce que los valores son fundamentales para lograr el éxito y la sostenibilidad de una organización, y se enfoca en construir una cultura organizacional	Un modelo gerencial axiológico una universidad nacional de la región Amazonas tiene como objetivo fomentar la ética y la responsabilidad en la toma de decisiones, mediante la gestión de la dirección, organización, planificación y	Dirección con valores		Propuesta elaborada
			Organización con valores		
			Planificación con valores		
			Control con valores		

	basada en principios éticos sólidos (Chica & Vega, 2020).	control con valores.			
Comunicación interna	La comunicación interna es un proceso de intercambio de información dentro de una organización, que involucra a todos los miembros de la misma. Consiste en los canales y mecanismos de información que existen dentro de la organización y se dirige al personal que trabaja en ella, en sus diferentes departamentos u otras modalidades organizativas (Claro et al., 2022).	La comunicación interna es un proceso de intercambio de información dentro de una universidad nacional de la región Amazonas, de forma descendente, ascendente, horizontal y diagonal.	Comunicación descendente	1. Confío que la información recibida por mis superiores directos es la misma que le transmitieron sus superiores.	Encuesta / Cuestionario
				2. Está de acuerdo con el tipo de palabras que utiliza su jefe para comunicarse con usted.	
				3. Cree usted que sus superiores hacen buen uso de tecnología (video, conferencias, llamadas telefónicas, grupos de WhatsApp) entre otros, al transmitir información.	
				4. Siento que la información transmitida por los canales de comunicación escritos y electrónicos dentro del trabajo (periódico, mural, avisos masivos al correo corporativo), me mantienen informado.	
				5. Me intereso por la información brindada en el periódico mural	
			Comunicación ascendente	6. Se siente de acuerdo con la comunicación que tiene con su jefe directo.	
				7. Me siento en la libertad de consultar mis dudas sobre la información brindada a mi superior.	
				8. Está usted de acuerdo, con la información que brinda su jefe directo en reuniones grupales.	
				9. Me siento en la libertad de sugerir o dar mi opinión a mis superiores.	
			Comunicación horizontal	10. Cree usted que la opinión brindada sus superiores son tomadas en cuenta	
				11. Puedo absolver las dudas que tengo con mis compañeros de trabajo.	
				12. Considero que la comunicación entre mis	

				compañeros ayuda a mejorar las relaciones laborales.	
				13. Puedo expresarme con confianza y libertad ante mis compañeros de trabajo.	
				14. Siento que mis compañeros toman en cuenta mis sugerencias y opiniones.	
			Comunicación Diagonal	15. Siento que la comunicación entre mis superiores y compañeros es con mucha naturalidad y sinceridad.	
				16. Pienso que todos somos involucrados para formular, realizar y sugerir propuestas dentro de la empresa en beneficio de los trabajadores y de la institución.	
				17. Cree usted que la información brindada dentro de la institución es oportuna.	
				18. Considera usted que la comunicación entre áreas fomenta integración entre sus miembros.	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Matriz de consistencia

Título: Modelo axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas						
Línea de investigación: Gestión de política pública			Autor: Carlos Andy Santoyo Delgado			
Formulación del problema	Objetivos de la investigación	Hipótesis	Variables	Población y muestra	Enfoque / tipo/diseño/	Técnica / instrumento
Problema General	Objetivo General	Hipótesis general				
¿Cómo sería modelo axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas?	Proponer un modelo axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas.	Un modelo gerencial axiológico mejora la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas.	Modelo gerencial axiológico			
Problemas específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis específicas				
¿Cuál es el nivel de la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas?	Diagnosticar el nivel de la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas.	El nivel de la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas es bajo.	Comunicación interna	POBLACION La población está constituida por 202 servidores del centro de estudios de educación superior. MUESTRA: 133 servidores del centro de superior de estudios una universidad nacional de la región Amazonas.	Enfoque Cuantitativo. Tipo básica Diseño de Investigación no experimental transversal	Encuesta/ cuestionario
¿Cuál es el nivel de las dimensiones de la comunicación interna en la sede administrativa de	Examinar el nivel de las dimensiones de la comunicación interna en la sede	El nivel de las dimensiones de la comunicación interna en la sede administrativa de una				

<p>una universidad nacional de la región Amazonas?</p>	<p>administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas.</p>	<p>universidad nacional de la región Amazonas es bajo.</p>				
<p>¿Cuál es el diseñar el modelo axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas?</p>	<p>Diseñar el modelo axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas</p>	<p>Existe un diseñar el modelo gerencial axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas</p>				

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

Cuestionario sobre comunicación interna

Esta encuesta es ANÓNIMA, por lo que solicito sea sincero(a) en sus respuestas. Ya que el compromiso de confidencialidad se respeta de acuerdo a los fines de la investigación.

Instrucciones: Responda las interrogantes, seleccionando la alternativa que se ajuste a la verdad. Para ello debe considerar los siguientes valores:

Totalmente de acuerdo (5) - De acuerdo (4) - Ni acuerdo/Ni en desacuerdo (3) - En desacuerdo (2) - Totalmente en desacuerdo (1)

Nº	Ítems	1	2	3	4	5
1	Confío que la información recibida por mis superiores directos es la misma que le transmitieron sus superiores.					
2	Está de acuerdo con el tipo de palabras que utiliza su jefe para comunicarse con usted.					
3	Cree usted que sus superiores hacen buen uso de tecnología (video, conferencias, llamadas telefónicas, grupos de WhatsApp) entre otros, al transmitir información.					
4	Siento que la información transmitida por los canales de comunicación escritos y electrónicos dentro del trabajo (periódico, mural, avisos masivos al correo corporativo), me mantienen informado.					
5	Me intereso por la información brindada en el periódico mural					
6	Se siente de acuerdo con la comunicación que tiene con su jefe directo.					
7	Me siento en la libertad de consultar mis dudas sobre la información brindada a mi superior.					
8	Está usted de acuerdo, con la información que brinda su jefe directo en reuniones grupales.					
9	Me siento en la libertad de sugerir o dar mi opinión a mis superiores.					
10	Cree usted que la opinión brindada sus superiores son tomadas en cuenta					
11	Puedo absolver las dudas que tengo con mis compañeros de trabajo.					
12	Considero que la comunicación entre mis compañeros ayuda a mejorar las relaciones laborales.					
13	Puedo expresarme con confianza y libertad ante mis compañeros de trabajo.					
14	Siento que mis compañeros toman en cuentan mis sugerencias y opiniones.					
15	Siento que la comunicación entre mis superiores y compañeros es con mucha naturalidad y sinceridad.					
16	Pienso que todos somos involucrados para formular, realizar y sugerir propuestas dentro de la empresa en beneficio de los trabajadores y de la institución.					
17	Cree usted que la información brindada dentro de la institución es oportuna.					
18	Considera usted que la comunicación entre áreas fomenta integración entre sus miembros.					

Anexo 4: Consentimiento informado

Anexo 3

Título de la investigación: Modelo gerencial axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas.

Investigador (a) (es): Santoyo Delgado, Carlos Andy

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Modelo gerencial axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas", cuyo objetivo es proponer un modelo gerencial axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas. Esta investigación desarrollada por estudiantes de posgrado, del programa académico de maestría en gestión pública, de la Universidad César Vallejo del campus Chiclayo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la universidad nacional de la región Amazonas

Describir el impacto del problema de la investigación.

Un Modelo Gerencial Axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional en la región Amazonas sirve mejorar la eficiencia operativa, reducción de conflictos, mejora de la retención de talento, fortalecimiento de la cultura organizativa y mejorar de la imagen institucional.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Modelo gerencial axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará en el ambiente de las oficinas de la universidad nacional de la región Amazonas. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) (Apellidos y Nombres) email:
y Docente asesor (Apellidos y Nombres) email:

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos:

Fecha y hora:

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Anexo 5: Validación de instrumento.



MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

N°	Comunicación descendente	Claridad ¹				Coherencia ²				Relevancia ³				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	Confío que la información recibida por mis superiores directos es la misma que le transmitieron sus superiores.				x				x				x	
02	Está de acuerdo con el tipo de palabras que utiliza su jefe para comunicarse con usted.				x				x				x	
03	Cree usted que sus superiores hacen buen uso de tecnología (video, conferencias, llamadas telefónicas, grupos de WhatsApp) entre otros, al transmitir información.				x				x				x	
04	Siento que la información transmitida por los canales de comunicación escritos y electrónicos dentro del trabajo (periódico, mural, avisos masivos al correo corporativo), me mantienen informado.				x				x				x	
05	Me intereso por la información brindada en el periódico mural				x				x				x	
N°	Comunicación ascendente													
01	Se siente de acuerdo con la comunicación que tiene con su jefe directo.				x				x				x	
02	Me siento en la libertad de consultar mis dudas sobre la información brindada a mi superior.				x				x				x	
03	Está usted de acuerdo, con la información que brinda su jefe directo en reuniones grupales.				x				x				x	
04	Me siento en la libertad de sugerir o dar mi opinión a mis superiores.				x				x				x	
05	Cree usted que la opinión brindada sus superiores son tomadas en cuenta				x				x				x	
N°	Comunicación horizontal													
01	Puedo absolver las dudas que tengo con mis compañeros de trabajo.				x				x				x	
02	Considero que la comunicación entre mis compañeros ayuda a mejorar las relaciones laborales.				x				x				x	
03	Puedo expresarme con confianza y libertad ante mis compañeros de trabajo.				x				x				x	
04	Siento que mis compañeros toman en cuenta mis sugerencias y opiniones.				x				x				x	
N°	Comunicación Diagonal													
01	Siento que la comunicación entre mis superiores y compañeros es con mucha naturalidad y sinceridad.				x				x				x	
02	Pienso que todos somos involucrados para formular, realizar y sugerir propuestas dentro de la empresa en beneficio de los trabajadores y de la institución.				x				x				x	
03	Cree usted que la información brindada dentro de la institución es oportuna.				x				x				x	
04	Considera usted que la comunicación entre áreas fomenta integración entre sus miembros.				x				x				x	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Sin observaciones

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador. HANS RICHARD REINA MARIN DNI: 42232614

Especialidad del validador: Maestro en gestión pública

1Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas

2Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicar que está midiendo

3Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

02 de junio de 2023


.....
HANS RICHARD REINA MARIN
DNI 42232614
MAESTRO EN GESTION PUBLICA
Firma del experto informante

MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

N°	Comunicación descendente	Claridad ¹				Coherencia ²				Relevancia ³				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	Confío que la información recibida por mis superiores directos es la misma que le transmitieron sus superiores.				x				x				x	
02	Está de acuerdo con el tipo de palabras que utiliza su jefe para comunicarse con usted.			x					x				x	
03	Cree usted que sus superiores hacen buen uso de tecnología (video, conferencias, llamadas telefónicas, grupos de WhatsApp) entre otros, al transmitir información.				x				x				x	
04	Siento que la información transmitida por los canales de comunicación escritos y electrónicos dentro del trabajo (periódico, mural, avisos masivos al correo corporativo), me mantienen informado.				x				x				x	
05	Me intereso por la información brindada en el periódico mural				x				x				x	
N°	Comunicación ascendente													
01	Se siente de acuerdo con la comunicación que tiene con su jefe directo.				x				x				x	
02	Me siento en la libertad de consultar mis dudas sobre la información brindada a mi superior.				x				x				x	
03	Está usted de acuerdo, con la información que brinda su jefe directo en reuniones grupales.				x				x				x	
04	Me siento en la libertad de sugerir o dar mi opinión a mis superiores.				x				x				x	
05	Cree usted que la opinión brindada sus superiores son tomadas en cuenta				x				x				x	
N°	Comunicación horizontal													
01	Puedo absolver las dudas que tengo con mis compañeros de trabajo.				x				x				x	
02	Considero que la comunicación entre mis compañeros ayuda a mejorar las relaciones laborales.				x				x			x		
03	Puedo expresarme con confianza y libertad ante mis compañeros de trabajo.				x				x				x	
04	Siento que mis compañeros toman en cuentan mis sugerencias y opiniones.				x				x				x	
N°	Comunicación Diagonal													
01	Siento que la comunicación entre mis superiores y compañeros es con mucha naturalidad y sinceridad.				x				x				x	
02	Pienso que todos somos involucrados para formular, realizar y sugerir propuestas dentro de la empresa en beneficio de los trabajadores y de la institución.				x				x				x	
03	Cree usted que la información brindada dentro de la institución es oportuna.				x				x				x	
04	Considera usted que la comunicación entre áreas fomenta integración entre sus miembros.				x				x				x	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): No presenta observaciones

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Francisco Leiser Rojas Muñoz **DNI:** 41779366

Especialidad del validador: Maestro en gestión pública

1Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas

2Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicar que está midiendo

3Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

02 de junio de 2023


Firma del experto informante

MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

N°	Comunicación descendente	Claridad ¹				Coherencia ²				Relevancia ³				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	Confío que la información recibida por mis superiores directos es la misma que le transmitieron sus superiores.				x				x				x	
02	Está de acuerdo con el tipo de palabras que utiliza su jefe para comunicarse con usted.				x				x				x	
03	Cree usted que sus superiores hacen buen uso de tecnología (video, conferencias, llamadas telefónicas, grupos de WhatsApp) entre otros, al transmitir información.				x				x				x	
04	Siento que la información transmitida por los canales de comunicación escritos y electrónicos dentro del trabajo (periódico, mural, avisos masivos al correo corporativo), me mantienen informado.				x				x				x	
05	Me intereso por la información brindada en el periódico mural				x				x				x	
N°	Comunicación ascendente													
01	Se siente de acuerdo con la comunicación que tiene con su jefe directo.				x				x				x	
02	Me siento en la libertad de consultar mis dudas sobre la información brindada a mi superior.				x			x					x	
03	Está usted de acuerdo, con la información que brinda su jefe directo en reuniones grupales.				x				x				x	
04	Me siento en la libertad de sugerir o dar mi opinión a mis superiores.				x				x				x	
05	Cree usted que la opinión brindada sus superiores son tomadas en cuenta				x				x				x	
N°	Comunicación horizontal													
01	Puedo absolver las dudas que tengo con mis compañeros de trabajo.				x				x			x		
02	Considero que la comunicación entre mis compañeros ayuda a mejorar las relaciones laborales.				x				x				x	
03	Puedo expresarme con confianza y libertad ante mis compañeros de trabajo.				x				x				x	
04	Siento que mis compañeros toman en cuentan mis sugerencias y opiniones.				x			x					x	
N°	Comunicación Diagonal													
01	Siento que la comunicación entre mis superiores y compañeros es con mucha naturalidad y sinceridad.				x				x				x	
02	Pienso que todos somos involucrados para formular, realizar y sugerir propuestas dentro de la empresa en beneficio de los trabajadores y de la institución.				x				x				x	
03	Cree usted que la información brindada dentro de la institución es oportuna.				x				x				x	
04	Considera usted que la comunicación entre áreas fomenta integración entre sus miembros.				x				x				x	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SIN OBSERVACIONES

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador. MANUEL HAMILTHON CABAÑAS LOPEZ DNI: 33431280

Especialidad del validador: Maestro en gestión pública

02 de junio de 2023

1Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas

2Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicar que está midiendo

3Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


.....
33431280
Firma del experto/informante



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos	REINA MARIN
Nombres	HANS RICHARD
Tipo de Documento de Identidad	DNI
Numero de Documento de Identidad	42232614

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO
Rector	LLEMPEN CORONEL HUMBERTO
Secretario General	BELLOMO MONTALVO GIOCONDA CARMELA
Director	PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico	MAESTRO
Denominación	MAGISTER EN GESTION PUBLICA
Fecha de Expedición	01/08/16
Resolución/Acta	0331-2016-UCV
Diploma	UCV35753
Fecha Matrícula	08/05/2014
Fecha Egreso	30/08/2014

Fecha de emisión de la constancia:
27 de Noviembre de 2023



CÓDIGO VIRTUAL 0001584173



Firmado digitalmente por:
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACION
SUPERIOR UNIVERSITARIA
Motivo: Servidor de
Agente automatizado.
Fecha: 27/11/2023 17:39:44-0500

ROLANDO RUIZ LLATANCE
EJECUTIVO
Unidad de Registro de Grados y Titulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos	ROJAS MUÑOZ
Nombres	FRANCISCO LEISER
Tipo de Documento de Identidad	DNI
Numero de Documento de Identidad	41779366

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO
Rector	LLEMPEN CORONEL HUMBERTO
Secretario General	BELLOMO MONTALVO GIOCONDA CARMELA
Director	PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico	MAESTRO
Denominación	MAGISTER EN GESTION PUBLICA
Fecha de Expedición	28/06/16
Resolución/Acta	0254-2016-UCV
Diploma	UCV32573
Fecha Matrícula	09/07/2014
Fecha Egreso	31/12/2015

Fecha de emisión de la constancia:
27 de Noviembre de 2023



CÓDIGO VIRTUAL 0001584467



Firmado digitalmente por:
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACION
SUPERIOR UNIVERSITARIA

Motivo: Servidor de
Agente automatizado.

Fecha: 27/11/2023 21:32:04-0500

ROLANDO RUIZ LLATANCE
EJECUTIVO

Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos	CABAÑAS LOPEZ
Nombres	MANUEL HAMLTHON
Tipo de Documento de Identidad	DNI
Numero de Documento de Identidad	33431280

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C.
Rector	LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION
Secretario General	SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL
Director	PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico	MAESTRO
Denominación	MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA
Fecha de Expedición	15/04/19
Resolución/Acta	0103-2019-UCV
Diploma	052-060565
Fecha Matrícula	04/01/2013
Fecha Egreso	28/12/2014

Fecha de emisión de la constancia:
27 de Noviembre de 2023



CÓDIGO VIRTUAL 0001584290



Firmado digitalmente por:
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACION
SUPERIOR UNIVERSITARIA

Motivo: Servidor de
Agente automatizado.

Fecha: 27/11/2023 18:54:30-0500

ROLANDO RUIZ LLATANCE
EJECUTIVO

Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

Anexo 6: Confiabilidad de alfa de Cronbach

El coeficiente de alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
18	0.892

El instrumento presenta un coeficiente de alfa de Cronbach de 0.892 al ser mayor a 0.75 el instrumento es válido para su aplicación

Anexo 7: Calculo de muestra

Sin embargo, la **muestra** fue calculado por el muestreo aleatorio simple

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Donde:

z= 1.96

N= 202

p=0.5

q=0.5

e=0.05

n= 133

Anexo 8: Diseño de investigación

El esquema que ilustra este modelo es el siguiente:

M_____ **O**_____ **P**

Figura 1. Diseño de investigación

Nota: M= Muestra; O: Recolección de datos de las variables; P = Propuesta.

Anexo 9: Descripción de la propuesta—

Modelo axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas

INTRODUCCIÓN

En el corazón de la majestuosa región Amazonas, la sede administrativa de nuestra universidad nacional desempeña un papel crucial en la formación de líderes y profesionales éticos. Sin embargo, la comunicación interna dentro de esta institución se ha vuelto un desafío que debe ser abordado de manera urgente. En este contexto, se presenta un Modelo Axiológico que tiene como objetivo primordial mejorar la comunicación interna, infundiendo valores éticos en cada aspecto de la interacción universitaria.

La importancia de esta iniciativa radica en que una comunicación interna efectiva es esencial para la coordinación y colaboración eficiente entre los diferentes departamentos y niveles jerárquicos de la universidad. Además, la falta de valores éticos en la comunicación ha llevado a situaciones de conflicto, falta de transparencia y pérdida de confianza en la institución.

Este modelo busca fortalecer la identidad institucional y el compromiso de sus miembros a través de una comunicación interna más efectiva y enriquecida con valores éticos. La universidad tiene la oportunidad de convertirse en un referente de excelencia académica y ética en la región Amazonas.

PROBLEMÁTICA

La comunicación interna en la sede administrativa de nuestra universidad nacional de la región Amazonas enfrenta desafíos considerables. La falta de canales claros y efectivos de comunicación ha llevado a malentendidos, duplicación de esfuerzos y una sensación generalizada de desconexión entre los diferentes departamentos y niveles jerárquicos.

La estructura administrativa y académica compleja de la universidad, junto con la falta de una cultura de comunicación efectiva, ha llevado a problemas de coordinación y colaboración insuficientes. Esto afecta negativamente la toma de decisiones informadas y la calidad de los servicios académicos ofrecidos.

La ausencia de valores éticos en la comunicación interna ha dado lugar a situaciones de conflicto y falta de confianza entre los miembros de la comunidad universitaria. La falta de transparencia y honestidad en la comunicación ha minado la credibilidad de la institución y ha obstaculizado la consecución de objetivos comunes.

La creciente importancia de la comunicación en un entorno digital y globalizado plantea la necesidad de que la universidad adapte sus prácticas de comunicación interna para mantenerse relevante y competitiva en la formación de profesionales éticos y comprometidos con la sociedad.

JUSTIFICACIÓN

Este modelo se fundamenta en la necesidad imperante de mejorar la comunicación interna en una Universidad Nacional de la Región Amazonas y fortalecer la cultura de valores éticos en la comunidad universitaria. Una comunicación interna eficiente con valores éticos promueve la colaboración, la transparencia y el compromiso entre los miembros de la institución, lo que a su vez mejora la calidad de los servicios académicos y la imagen institucional.

OBJETIVO

Mejorar la comunicación interna en una Universidad Nacional de la Región Amazonas.

ESTRATEGIAS

Creación de un Comité de Comunicación Interna y Ética.

Responsables: Vicerrector de Comunicaciones y Ética.

Seguimiento: Reuniones periódicas y evaluaciones de proyectos de comunicación interna.

Indicadores: Número de proyectos implementados, porcentaje de participación en capacitaciones, evaluación de la satisfacción del personal.

Cronograma: Trimestralmente.

Diseño e implementación de un Portal de Comunicación Interna y Ética.

Responsables: Departamento de Tecnologías de la Información.

Seguimiento: Monitoreo del uso y actualización constante del portal.

Indicadores: Número de visitas al portal, interacciones en el portal, actualización de contenido.

Cronograma: Semestralmente.

Fomento de la Comunicación Abierta y Horizontal.

Responsables: Directores de Departamento.

Seguimiento: Evaluación de la implementación de prácticas de comunicación abierta.

Indicadores: Retroalimentación del personal, mejora en la resolución de problemas.

Cronograma: Mensualmente.

Implementación de un Programa de Reconocimiento Ético.

Responsables: Gerente de Recursos Humanos.

Seguimiento: Evaluación de la participación y resultados del programa.

Indicadores: Número de reconocimientos otorgados, percepción del personal sobre el programa.

Cronograma: Semestralmente.

Creación de un Manual de Valores Éticos.

Responsables: Oficina de Ética.

Seguimiento: Evaluación de la adopción y cumplimiento del manual.

Indicadores: Conocimiento y aplicación del manual por parte del personal.

Cronograma: Anualmente.

PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN EN VALORES

Taller de Sensibilización 1: "Comunicación Ética y Empatía"

Inicio:

Saludo y Presentación: El moderador inicia el taller dando la bienvenida a los participantes y presentándose a sí mismo. Destaca la importancia de la comunicación ética y la empatía en el entorno universitario y en la vida cotidiana.

Motivación Inicial: El moderador comparte ejemplos de situaciones en las que la falta de comunicación ética y empatía puede generar malentendidos y conflictos. Motiva a los participantes a reflexionar sobre cómo estas habilidades pueden mejorar la convivencia y la colaboración.

Pregunta de Saberes Previos: El moderador plantea una pregunta abierta a los participantes para evaluar su comprensión inicial sobre el tema. Por

ejemplo: "¿Qué entienden por comunicación ética y empatía en el contexto universitario?"

Desarrollo del Contenido:

Comunicación Ética: El moderador explica los principios de la comunicación ética, como la honestidad, la transparencia y el respeto. Proporciona ejemplos de comunicación ética y no ética en el ámbito universitario.

Empatía: Se discute en detalle el concepto de empatía y su importancia en la comunicación. Se realizan ejercicios de escucha activa y se fomenta la empatía hacia las experiencias de los demás.

Aplicación: Ejercicio de Role Play: Los participantes se dividen en parejas y representan escenarios de comunicación ética y empática.

Análisis de Casos: Se presentan casos de comunicación en la universidad y se discuten en grupos pequeños, identificando cómo podrían abordarse éticamente.

Cierre del Taller:

Evaluación Final: Se plantean preguntas de evaluación sumativa para medir el aprendizaje de los participantes, como "¿Cuáles son los principios clave de la comunicación ética?"

Resumen y Reflexión: El moderador resume los puntos clave del taller y destaca la importancia de aplicar lo aprendido en la vida universitaria. Se fomenta la reflexión sobre cómo mejorar la comunicación ética y la empatía en la institución.

Taller de Sensibilización 2: "Resolución Ética de Conflictos"

Inicio:

Saludo y Presentación: El moderador da la bienvenida a los participantes y enfatiza la relevancia de la resolución ética de conflictos en el entorno universitario.

Motivación Inicial: Se comparten ejemplos de conflictos comunes en el ámbito académico y se motiva a los participantes a explorar formas éticas de abordarlos.

Pregunta de Saberes Previos: Se plantea una pregunta relacionada con la resolución de conflictos éticos, como "¿Cómo creen que se puede abordar un conflicto de manera ética en la universidad?"

Desarrollo del Contenido:

Conflictos Éticos vs. No Éticos: El moderador explica las diferencias entre abordar conflictos de manera ética y no ética, centrándose en la importancia de la honestidad y la cooperación.

Técnicas de Resolución Ética: Se presentan técnicas de resolución de conflictos éticas, como la comunicación abierta, la mediación y el compromiso.

Aplicación: a) Simulación de Conflictos: Los participantes trabajan en grupos para simular y resolver conflictos éticos específicos relacionados con la universidad. b) Análisis de Casos: Se presentan casos de conflictos académicos y se discuten en grupos, identificando soluciones éticas.

Cierre del Taller:

Evaluación Final: Preguntas de evaluación sumativa para medir el aprendizaje, como "¿Cuál es el primer paso en la resolución ética de un conflicto?"

Resumen y Reflexión: El moderador resume los aspectos clave del taller y alienta a los participantes a aplicar las técnicas de resolución ética de conflictos en su entorno académico.

Taller de Sensibilización 3: "Liderazgo Ético"**Inicio:**

Saludo y Presentación: El moderador da la bienvenida a los participantes y resalta la importancia del liderazgo ético en la universidad y en la sociedad en general.

Motivación Inicial: Se comparten ejemplos de líderes éticos y se explora cómo el liderazgo ético puede influir positivamente en un entorno académico.

Pregunta de Saberes Previos: Se plantea una pregunta relacionada con el liderazgo ético, como "¿Qué características creen que debe tener un líder ético en la universidad?"

Desarrollo del Contenido:

Fundamentos del Liderazgo Ético: El moderador explora los principios fundamentales del liderazgo ético, incluyendo la integridad, la responsabilidad y la equidad.

Ejemplos de Liderazgo Ético: Se presentan ejemplos de líderes éticos en la educación superior y se discuten sus acciones y decisiones éticas.

Aplicación: a) Estudio de Casos: Los participantes analizan casos de liderazgo ético y discuten cómo aplicarían esos principios en situaciones similares. b) Debate Ético: Se plantean dilemas éticos relacionados con el liderazgo académico y se fomenta el debate constructivo.

Cierre del Taller:

Evaluación Final: Preguntas de evaluación sumativa, como "¿Cuál es el papel del líder en la promoción de valores éticos en la universidad?"

Resumen y Reflexión: El moderador destaca la importancia del liderazgo ético y alienta a los participantes a aplicar principios éticos en sus roles de liderazgo.

Taller de Sensibilización 4: "Comunicación Ética en el Entorno Digital"

Inicio:

Saludo y Presentación: El moderador da la bienvenida a los participantes y destaca la relevancia de la comunicación ética en la era digital.

Motivación Inicial: Se comparten ejemplos de desafíos éticos en la comunicación en línea y se explora cómo mantener la integridad en un mundo digital.

Pregunta de Saberes Previos: Se plantea una pregunta sobre los desafíos éticos en la comunicación en línea, como "¿Cuáles son algunas de las preocupaciones éticas que enfrentamos al comunicarnos en redes sociales y plataformas digitales?"

Desarrollo del Contenido:

Ética en las Redes Sociales: El moderador explora cuestiones éticas relacionadas con las redes sociales, como la privacidad, la difusión de información falsa y el ciberacoso.

Comunicación Ética en Correos Electrónicos: Se analizan prácticas éticas en la comunicación por correo electrónico, como la honestidad y la protección de datos.

Aplicación: a) Simulación en Redes Sociales: Los participantes participan en una simulación de interacciones en redes sociales y discuten cómo manejar situaciones éticamente. b) Análisis de Casos en Línea: Se presentan casos

de comunicación en línea y se discuten posibles enfoques éticos para resolverlos.

Cierre del Taller:

Evaluación Final: Preguntas de evaluación sumativa, como "¿Qué pasos tomarían para abordar un problema ético en la comunicación en línea?"

Resumen y Reflexión: El moderador enfatiza la importancia de la comunicación ética en línea y alienta a los participantes a aplicar estos principios en su presencia en línea.

Taller de Sensibilización 5: "Valores Éticos en la Proyección Social"

Inicio:

Saludo y Presentación: El moderador da la bienvenida a los participantes y destaca la relevancia de los valores éticos en los proyectos de proyección social.

Motivación Inicial: Se comparten ejemplos de proyectos de proyección social exitosos basados en valores éticos y se explora cómo pueden impactar positivamente en la comunidad.

Pregunta de Saberes Previos: Se plantea una pregunta sobre la importancia de los valores éticos en los proyectos de proyección social, como "¿Cómo creen que los valores éticos pueden influir en la efectividad de un proyecto de proyección social?"

Desarrollo del Contenido:

Ética en la Proyección Social: El moderador explora la importancia de la ética en la planificación y ejecución de proyectos de proyección social.

Impacto Ético: Se analizan los impactos positivos y negativos de los proyectos de proyección social basados en valores éticos.

Aplicación: a) Diseño de Proyecto Ético: Los participantes trabajan en grupos para diseñar un proyecto de proyección social basado en valores éticos y presentan sus ideas al grupo. b) Discusión de Casos: Se presentan casos de proyectos de proyección social exitosos y se discute cómo aplicaron valores éticos en su implementación.

Cierre del Taller:

Evaluación Final: Preguntas de evaluación sumativa, como "¿Cuáles son algunos de los desafíos éticos que podrían enfrentar al ejecutar un proyecto de proyección social?"

Resumen y Reflexión: El moderador enfatiza la importancia de la proyección social ética y alienta a los participantes a considerar estos valores en futuros proyectos

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN SOBRE GERENCIA CON VALORES:

Taller 1: Introducción a la Gerencia Ética

Inicio:

Saludo y Presentación: El moderador da la bienvenida y presenta el objetivo del taller.

Motivación Inicial: Se comparten ejemplos de líderes éticos en la historia y su impacto.

Pregunta de Saberes Previos: "¿Pueden mencionar algunos principios éticos que consideran importantes en la gerencia?"

Desarrollo del Contenido:

Se exploran los conceptos básicos de la gerencia ética, incluyendo la toma de decisiones éticas y la responsabilidad social.

Aplicación: Los participantes trabajan en grupos para analizar un caso ético y proponer soluciones.

Cierre del Taller:

Evaluación final con preguntas como "¿Cómo aplicarán los principios éticos en su trabajo diario?"

Taller 2: Ética en la Toma de Decisiones Gerenciales

Inicio:

Saludo y Presentación: El moderador da la bienvenida y destaca la relevancia de la toma de decisiones éticas.

Motivación Inicial: Se presenta un escenario ético y se discute su impacto en la organización.

Pregunta de Saberes Previos: "¿Han enfrentado alguna vez una decisión ética en su rol gerencial?"

Desarrollo del Contenido:

Se analizan los pasos para tomar decisiones éticas y se revisan casos de toma de decisiones éticas y no éticas.

Aplicación: Los participantes realizan ejercicios prácticos de toma de decisiones éticas.

Cierre del Taller:

Evaluación final con preguntas como "¿Cuál es el proceso que seguirán para tomar decisiones éticas en el futuro?"

Taller 3: Liderazgo Ético en la Gerencia

Inicio:

Saludo y Presentación: El moderador da la bienvenida y destaca el papel del liderazgo ético.

Motivación Inicial: Se comparten ejemplos de líderes éticos y su influencia en la cultura organizacional.

Pregunta de Saberes Previos: "¿Cuáles son las cualidades de un líder ético?"

Desarrollo del Contenido:

Se exploran las características del liderazgo ético, incluyendo la integridad y la responsabilidad.

Aplicación: Los participantes participan en actividades de simulación de liderazgo ético.

Cierre del Taller:

Evaluación final con preguntas como "¿Cómo pueden aplicar el liderazgo ético en sus roles gerenciales?"

Taller 4: Ética en la Comunicación Gerencial

Inicio:

Saludo y Presentación: El moderador da la bienvenida y destaca la importancia de la comunicación ética.

Motivación Inicial: Se presentan escenarios de comunicación ética y no ética en el entorno laboral.

Pregunta de Saberes Previos: "¿Cuáles son los desafíos de la comunicación ética en su trabajo?"

Desarrollo del Contenido:

Se exploran principios de comunicación ética y se discuten estrategias para una comunicación efectiva y ética.

Aplicación: Los participantes practican técnicas de comunicación ética en situaciones laborales simuladas.

Cierre del Taller:

Evaluación final con preguntas como "¿Cómo mejorarán su comunicación ética en el trabajo?"

Taller 5: Ética en la Gestión de Recursos Humanos

Inicio:

Saludo y Presentación: El moderador da la bienvenida y destaca la importancia de la gestión de recursos humanos ética.

Motivación Inicial: Se presenta un caso relacionado con la gestión de personal y la ética.

Pregunta de Saberes Previos: "¿Cuáles son los desafíos éticos que enfrentan en la gestión de recursos humanos?"

Desarrollo del Contenido:

Se exploran los principios éticos en la gestión de personal, incluyendo la igualdad y la diversidad.

Aplicación: Los participantes trabajan en grupos para diseñar políticas de recursos humanos éticas.

Cierre del Taller:

Evaluación final con preguntas como "¿Cómo aplicarán los principios éticos en la gestión de personal?"

Taller 6: Ética en la Investigación y Publicación

Inicio:

Saludo y Presentación: El moderador da la bienvenida y destaca la importancia de la investigación y publicación éticas.

Motivación Inicial: Se comparten ejemplos de mala conducta en la investigación y sus consecuencias.

Pregunta de Saberes Previos: "¿Han enfrentado desafíos éticos en su investigación o publicación académica?"

Desarrollo del Contenido:

Se analizan los principios éticos en la investigación y se discuten casos de ética en la publicación.

Aplicación: Los participantes trabajan en la revisión ética de investigaciones y artículos.

Cierre del Taller:

Evaluación final con preguntas como "¿Cómo garantizarán la ética en su investigación y publicación futuras?"

Taller 7: Ética en la Evaluación Académica

Inicio:

Saludo y Presentación: El moderador da la bienvenida y resalta la relevancia de la evaluación ética.

Motivación Inicial: Se presentan casos de evaluación académica ética y no ética.

Pregunta de Saberes Previos: "¿Cómo pueden contribuir a la evaluación ética de los estudiantes en sus roles académicos?"

Desarrollo del Contenido:

Se exploran los principios éticos en la evaluación académica y se discuten estrategias para una evaluación justa y ética.

Aplicación: Los participantes revisan y mejoran sus métodos de evaluación desde una perspectiva ética.

Cierre del Taller:

Evaluación final con preguntas como "¿Cómo aplicarán la ética en la evaluación de sus estudiantes?"

Taller 8: Ética en la Toma de Decisiones Institucionales

Inicio:

Saludo y Presentación: El moderador da la bienvenida y destaca la importancia de la toma de decisiones éticas a nivel institucional.

Motivación Inicial: Se presentan escenarios de toma de decisiones éticas en la universidad.

Pregunta de Saberes Previos: "¿Cuáles son los desafíos éticos que enfrenta su institución en la toma de decisiones?"

Desarrollo del Contenido:

Se analizan los procesos y principios éticos en la toma de decisiones institucionales.

Aplicación: Los participantes discuten casos reales de toma de decisiones éticas en la universidad.

Cierre del Taller:

Evaluación final con preguntas como "¿Cómo pueden influir en la toma de decisiones éticas en su institución?"

Taller 9: Ética en la Relación con la Comunidad

Inicio:

Saludo y Presentación: El moderador da la bienvenida y destaca la importancia de la relación ética con la comunidad.

Motivación Inicial: Se comparten ejemplos de acciones éticas que pueden fortalecer la relación con la comunidad.

Pregunta de Saberes Previos: "¿Cómo pueden contribuir a una relación ética y positiva con la comunidad local?"

Desarrollo del Contenido:

Se exploran los principios éticos en la interacción con la comunidad y se discuten estrategias para mejorar la relación.

Aplicación: Los participantes diseñan un plan de acción ética para interactuar con la comunidad.

Cierre del Taller:

Evaluación final con preguntas como "¿Cuál será su compromiso con la comunidad universitaria basado en la ética?"

Taller 10: Ética en la Gestión de Proyectos

Inicio:

Saludo y Presentación: El moderador da la bienvenida y resalta la importancia de la gestión ética de proyectos.

Motivación Inicial: Se presentan casos de proyectos exitosos basados en la ética.

Pregunta de Saberes Previos: "¿Cómo pueden asegurar que sus proyectos se gestionen de manera ética?"

Desarrollo del Contenido:

Se exploran los principios éticos en la gestión de proyectos y se discuten estrategias para evitar dilemas éticos.

Aplicación: Los participantes analizan casos de proyectos y proponen medidas éticas.

Cierre del Taller:

Evaluación final con preguntas como "¿Cómo aplicarán la ética en la gestión de proyectos futuros?"

CRONOGRAMA ACTIVIDADES DE INTEGRACIÓN CON VALORES

Mes 1: Torneo Deportivo "Valores en Acción"

Fecha: Primer sábado del mes.

Descripción: Torneo deportivo que promueve la cooperación, el juego limpio y la ética en el deporte.

Lugar: Instalaciones deportivas de la universidad.

Responsable: Coordinador de Deportes.

Seguimiento: Registro de participantes y seguimiento de la conducta ética durante el torneo.

Mes 2: Charla Motivacional "Ética en la Educación"

Fecha: Segundo jueves del mes.

Descripción: Charla a cargo de un experto en ética educativa que aborda la importancia de los valores en la enseñanza.

Lugar: Auditorio de la universidad.

Responsable: Coordinador de Eventos Académicos.

Seguimiento: Evaluación de la charla y retroalimentación de los participantes.

Mes 3: Día de Voluntariado Ético

Fecha: Tercer sábado del mes.

Descripción: Jornada de voluntariado en la comunidad local, enfocada en proyectos éticos y sociales.

Lugar: Comunidad cercana.

Responsable: Coordinador de Responsabilidad Social.

Seguimiento: Evaluación de la participación y el impacto en la comunidad.

Mes 4: Taller de Comunicación Ética

Fecha: Cuarto jueves del mes.

Descripción: Taller interactivo sobre la importancia de la comunicación ética en el entorno académico y laboral.

Lugar: Aulas de la universidad.

Responsable: Coordinador de Desarrollo Profesional.

Seguimiento: Evaluación de la participación y aplicaciones prácticas de la comunicación ética.

Mes 5: Concurso de Ensayos "Valores en la Educación Superior"

Fecha: Segundo sábado del mes.

Descripción: Concurso de ensayos donde los participantes reflexionan sobre la integración de valores éticos en la educación superior.

Lugar: Biblioteca de la universidad.

Responsable: Coordinador de Eventos Académicos.

Seguimiento: Evaluación de los ensayos y premiación.

Mes 6: Caminata Ética por la Naturaleza

Fecha: Sexto domingo del mes.

Descripción: Caminata ecológica en la que se promueve la ética ambiental y el respeto por la naturaleza.

Lugar: Parque natural cercano.

Responsable: Coordinador de Sustentabilidad.

Seguimiento: Registro de participantes y reflexión sobre la ética ambiental.

Mes 7: Conferencia "Ética y Liderazgo"

Fecha: cuarto jueves del mes.

Descripción: Conferencia magistral sobre la relación entre ética y liderazgo en el ámbito académico y profesional.

Lugar: Auditorio de la universidad.

Responsable: Coordinador de Desarrollo Profesional.

Seguimiento: Evaluación de la conferencia y debate entre los participantes.

Mes 8: Día de la Ética en la Investigación

Fecha: Segundo viernes del mes.

Descripción: Jornada de presentación y discusión de proyectos de investigación éticos.

Lugar: Salas de conferencias de la universidad.

Responsable: Coordinador de Investigación.

Seguimiento: Evaluación de las presentaciones y retroalimentación ética.

Mes 9: Jornada de Valores en la Docencia

Fecha: Primer miércoles del mes.

Descripción: Encuentro de docentes para compartir experiencias sobre la integración de valores éticos en la enseñanza.

Lugar: Sala de profesores de la universidad.

Responsable: Coordinador Académico.

Seguimiento: Registro de discusiones y conclusiones.

Mes 10: Feria Ética y Cultural

Fecha: Segundo sábado del mes.

Descripción: Feria que combina actividades culturales y actividades educativas sobre ética.

Lugar: Campus de la universidad.

Responsable: Coordinador de Eventos Académicos.

Seguimiento: Evaluación de la feria y participación de la comunidad universitaria.

Mes 11: Taller de Ética en la Resolución de Conflictos

Fecha: Cuarto jueves del mes.

Descripción: Taller práctico sobre cómo abordar y resolver conflictos de manera ética.

Lugar: Aulas de la universidad.

Responsable: Coordinador de Desarrollo Profesional.

Seguimiento: Evaluación de la participación y aplicación de las estrategias éticas.

Mes 12: Ceremonia de Reconocimiento Ético

Fecha: Cuarto viernes del mes.

Descripción: Ceremonia de reconocimiento a docentes y administrativos destacados por su contribución a la promoción de valores éticos.

Lugar: Auditorio de la universidad.

Responsable: Rector de la universidad.

Seguimiento: Premiación y reflexión sobre el impacto de los valores éticos en la comunidad universitaria.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ERICK CARLO FIGUEROA CORONADO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "Modelo axiológico para mejorar la comunicación interna en la sede administrativa de una universidad nacional de la región Amazonas ", cuyo autor es CARLOS ANDY SANTOYO DELGADO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19%, 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 la 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.

CHICLAYO, 25 de noviembre de 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
FIGUEROA CORONADO ERICK CARLO DNI: 27422969 ORCID: 0000-0002-2599-2558	