Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión
Facultad de Ciencias Sociales
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

La comunicación interna en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral - 2023

Tesis

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Autoras

Mirelli Pinedo Toribio
Diana Suyin Sandón Vega

Asesor

M(o) Walter Carlos Velásquez Córdova

Huacho – Perú

2026





Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.

UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

INFORMACIÓN DE METADATOS

DATOS DEL AUTOR (ES):		
APELLIDOS Y NOMBRES	**DNI**	**FECHA DE SUSTENTACIÓN**
Pinedo Toribio Mirelli	76072600	29/02/2024
Sandón Vega Diana Suyin	70291887	29/02/2024
DATOS DEL ASESOR:		
APELLIDOS Y NOMBRES	**DNI**	**CÓDIGO ORCID**
M(o) Velásquez Córdova Walter Carlos	15735513	https://orcid.org/0000-0003-4192-7745
DATOS DE LOS MIEMROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
APELLIDOS Y NOMBRES	**DNI**	**CODIGO ORCID**
Dr. Marcelo Castillo Henry William	07801377	https://orcid.org/0000-0001-6465-7755
Dr. Hemerson Rostay Paredes Jimenez	44470184	https://orcid.org/0000-0002-1798-6481
M(a). Cabanillas Barreto Judith Johana	41284870	https://orcid.org/0000-0003-0959-5234

LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LOS COLABORADORES DE LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL N°10, HUARAL - 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%	20%	3%	12%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	7%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion Trabajo del estudiante	1%
6	pt.scribd.com Fuente de Internet	1%
7	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	1%
8	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	1%

LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LOS COLABORADORES DE LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL N°10, HUARAL - 2023

PINEDO TORIBIO, MIRELLI

SANDÓN VEGA, DIANA SUYIN

TESIS DE PREGRADO

ASESOR: M(o) WALTER CARLOS VELASQUEZ CORDOVA

UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZCARRIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
HUACHO
2023

DEDICATORIA

A la persona que más quiero en la vida, mi madre, quien me guía y enseña que el amor y perdón es la base para todo, quien ha estado para mí cuando sentía que mi mundo se derrumbaba, apoyándome y dándome palabras de aliento.

A mi familia y amigos, quienes son mi soporte en momentos de oscuridad.

A mi mejor amiga, Diana, quien ha sido y es la persona más bondadosa que conozco en esta vida, como siempre decimos: no somos hermanas de sangre, pero sí de corazón.

No podría olvidarme de Yoselin, Stalin y Nelson quienes llegaron a mi vida como caídos del cielo, desde que los conozco solo son risas y buenos momentos, siempre estaré en deuda con ellos por darle luz a mi vida, ellos no lo saben, pero entre risa y risa curan algo que no rompieron.

Muchas gracias a todos porque sin ustedes sé que no hubiese llegado hasta acá, los amo y los llevaré siempre en mi corazón.

Pinedo Toribio, Mirelli

A mis padres, por acompañarme y darme ese soporte cuando no veía al mundo tal y como es. En especial a mi querida madre por siempre estar a mi lado apoyándome en cada aventura que quiero realizar, por los abrazos cálidos y las bonitas palabras en mis momentos más tristes.

A mis hermanos Yasmin y Marino, por estar conmigo en mis días más felices y en los más tristes, por la paciencia y el aliento que me brindan, por todas las aventuras de las que me hicieron parte y de las que aún nos faltan por realizar.

A mi pequeña sobrina Danae, por ser ese brillito de luz que me motiva todos los días a seguir adelante.

A mi querida mejor amiga Mirelli, por estar muchos años a mi lado compartiendo las alegrías y las penas y ser siempre mi cómplice en todas mis aventuras.

A todos los amigos que conocí en este trayecto llamado vida y que todavía siguen presentes alentándome día a día y en especial a mí angelita que partió a jugar con las nubes.

Una vez más, gracias por ser parte de mi vida y a donde quiera que vaya los atesoraré en lo más profundo de mi corazón.

Sandón Vega, Diana Suyin

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios, en primer lugar, por ser la guía en nuestros caminos y otorgarnos salud y la oportunidad de llegar hasta este m.

A nuestros maestros que nos acompañaron y brindaron conocimientos en el camino universitario, a nuestros compañeros que se hicieron amigos y nos alentaron en este trabajo.

Agradecemos a nuestro asesor M(o) Walter Carlos Velásquez Córdova por su infinita paciencia y gran enseñanza en todo este proceso que forma parte de nuestro desarrollo profesional.

A quienes desde el minuto uno nos apoyaron y alentaron cuando los días se volvían oscuros, nuestras familias.

Pinedo Toribio, Mirelli

Sandón Vega, Diana Suyin

ÍNDICE

DEDICATORIA vi

AGRADECIMIENTO viii

Resumen xv

Abstract xvi

INTRODUCCIÓN 17

Capítulo I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 18

1.1 Descripción de la realidad problemática 18

1.2 Formulación del problema 19

1.2.1 Problema general 19

1.2.2 Problemas específicos 19

1.3 Objetivos de la investigación 19

1.3.1 Objetivo general 19

1.3.2 Objetivos específicos 19

1.4 Justificación de la investigación 19

1.5 Delimitaciones del estudio 20

1.6 Viabilidad del estudio 21

Capítulo II: MARCO TEÓRICO 22

2.1 Antecedentes de la investigación 22

2.1.1 Investigaciones internacionales 22

2.1.2 Investigaciones nacionales 23

2.2 Bases teóricas 24

2.3 Bases filosóficas 35

2.4 Definición de términos básicos 36

2.5 Hipótesis de investigación 37

2.5.1 Hipótesis general 37

2.5.2 Hipótesis específicas 37
2.6 Operacionalización de las variables 38
Capítulo III: METODOLOGÍA 39
3.1 Diseño metodológico 39
3.1.1 Tipo de investigación 39
3.1.2 Nivel de investigación 39
3.1.3 Diseño de investigación 39
3.1.4 Enfoque de investigación 40
3.2 Población y muestra 40
3.2.1 Población 40
3.2.2 Muestra 40
3.3 Técnicas de recolección de datos 40
3.4 Técnicas para el procesamiento de la información 41
Capítulo IV: RESULTADOS 42
4.1 Análisis de resultados 42
4.2 Contrastación de hipótesis 68
Capítulo V: DISCUSIÓN 72
5.1 Discusión 72
Capítulo VI: Conclusiones y recomendaciones 74
6.1 Conclusiones 74
6.2 Recomendaciones 75
REFERENCIAS 76
7.1 Fuentes documentales 76
7.2 Fuentes bibliográficas 76
7.3 Fuentes hemerográficas 78
7.4 Fuentes electrónicas 78
ANEXOS 79

01 MATRIZ DE CONSISTENCIA 79

02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS..... 81

03 TRABAJO ESTADÍSTICO DESARROLLADO 83

04 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS 85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Las órdenes verbales dadas son claras....42
Figura 2 Las órdenes verbales se cumplen más rápido....43
Figura 3 Los memorándums son frecuentes....44
Figura 4 Los memorándums son más eficaces....45
Figura 5 Las charlas, conferencias o reuniones son frecuentes....46
Figura 6 Las charlas, conferencias o reuniones participan todos....47
Figura 7 Los cursos o seminarios son organizados por la entidad....48
Figura 8 Los cursos o seminarios son usuales....49
Figura 9 Los carteles ayudan a la comunicación con mis jefes....50
Figura 10 Los posters son un medio de comunicación eficaz....51
Figura 11 Los comités ayudan a que se puedan informar los requerimientos....52
Figura 12 Los grupos de trabajo son eficaces para informar las peticiones....53
Figura 13 Escuchan las peticiones....54
Figura 14 Los mandos intermedios ayudan con las peticiones....55
Figura 15 Presento informes sobre requerimientos....56
Figura 16 Los informes son eficaces para comunicarme....57
Figura 17 Las entrevistas ayudan a tener una mejor relación....58
Figura 18 Las entrevistas son más eficaces que los informes....59
Figura 19 Las reuniones son habituales....60
Figura 20 Las reuniones se llevan a cabo dentro de la entidad....61
Figura 21 Las comisiones que se forman se eligen por votación....62
Figura 22 Las comisiones que se forman son asiduas....63
Figura 23 La entidad realiza seminarios para que los colaboradores puedan relacionarse 64
Figura 24 Los seminarios para que los colaboradores puedan relacionarse son usuales....65
Figura 25 Los colaboradores tienen comunicaciones telefónicas en sus labores....66
Figura 26 La entidad paga el servicio telefónico para el uso en las labores....67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Las órdenes verbales que me dan mis superiores son claras 42

Tabla 2 Las órdenes verbales que recibo las cumplo más rápido 43

Tabla 3 Los memorándums se utilizan con frecuencia 44

Tabla 4 Los memorándums son más eficaces que las órdenes verbales 45

Tabla 5 Las charlas, conferencias o reuniones se dan de manera frecuente 46

Tabla 6 Las charlas, conferencias o reuniones involucran a todos los colaboradores 47

Tabla 7 Los cursos o seminarios de formación son propiciados por la entidad.....48

Tabla 8 Los cursos o seminarios de formación son frecuentes.....49

Tabla 9 Los carteles ayudan a que mis jefes se comuniquen conmigo.....50

Tabla 10 Los posters son un medio de comunicación eficaz para que mis jefes se comuniquen conmigo 51

Tabla 11 Los comités ayudan a que pueda informar mis requerimientos a mis superiores.....52

Tabla 12 Los grupos de trabajo son eficaces para mantener informado a mis superiores sobre mis peticiones.....53

Tabla 13 Mis jefes escuchan mis peticiones.....54

Tabla 14 Los mandos intermedios ayudan a trasladar mis peticiones 55

Tabla 15 Presento informes a mis superiores sobre mis requerimientos 56

Tabla 16 Los informes son eficaces para comunicarme con mis superiores 57

Tabla 17 Las entrevistas generan una mejor relación con mis superiores.....58

Tabla 18 Las entrevistas con mis superiores son más eficaces que los informes 59

Tabla 19 Las reuniones entre las diferentes áreas de trabajo son habituales 60

Tabla 20 Las reuniones entre las diferentes áreas se llevan a cabo dentro de la entidad.....61

Tabla 21 Las comisiones que se forman para tratar temas específicos se eligen por votación.....62

Tabla 22 Las comisiones que se forman para tratar temas específicos son asiduas 63

Tabla 23 La entidad realiza seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse.....64

Tabla 24 Los seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse son usuales….65

Tabla 25 Los colaboradores tienen comunicaciones telefónicas en el desarrollo de sus labores 66

Tabla 26 La entidad paga algún servicio telefónico para el uso en las labores diarias.....67

Resumen

Objetivo: Demostrar cómo es la percepción de la comunicación interna en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral - 2023 **Métodos:** La investigación es de tipo básica, descriptiva, no experimental con un enfoque de investigación cuantitativo considerando como la población total a los 60 colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral. Utilizamos como herramienta de investigación la encuesta y como instrumento al cuestionario constituido de 26 ítems (escala de Likert), posteriormente para el vaciado y la búsqueda de resultados utilizamos el programa SPSS. **Resultados:** El 75% de los encuestados reportaron un nivel medio de percepción de la comunicación interna, mientras que el 25% un nivel alto; en base a la dimensión comunicación interna descendente el 8% reportaron un nivel bajo, el 63% un nivel medio y el 28% un nivel alto; en base dimensión comunicación interna ascendente, el 10% reportaron un nivel bajo, el 62% un nivel medio y el 28% un nivel alto; en base a la dimensión comunicación interna horizontal el 5% reportaron un nivel bajo, el 73% un nivel medio y el 22% un nivel alto. **Conclusión:** Se comprobó la hipótesis de investigación afirmando que la comunicación interna que perciben los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023, es regular y se rechazó la hipótesis nula.

Palabras clave: Comunicación interna, comunicación interna descendente, comunicación interna ascendente, comunicación interna horizontal.

Abstract

Objective: Demonstrate how is the perception of internal communication in the collaborators of the Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral 2023. **Methods:** The research is basic, descriptive, non-experimental with a quantitative research approach, considering as the population the 60 collaborators of the Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral -2023. We use the survey as a research tool and an instrument the questionnaire constituted with 26 questions (Likert scale), later for emptying and searching results we use the SPSS program. **Results:** 75% of respondents reported a medium level of perception of internal communication, while a 25% a high level; based on the downstream internal communication dimension, 8% reported a low level, 63% a medium level and 28% a high level; based on the ascending internal communication dimension, 10% reported a low level, 62% a medium level and 28% a high level; based on the horizontal internal communication dimension, 5% reported a low level, 72% a medium level and 22% a high level. **Conclusion:** The research hypothesis was tested by stating that the internal communication perceived by the collaborators of the Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023, is regular and the null hypothesis was rejected.

Keywords: Internal communication, downward internal communication, upward internal communication, horizontal internal communication

INTRODUCCIÓN

El presente estudio titulado “La comunicación interna en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023”, se propuso demostrar la percepción que tienen los colaboradores de este lugar acerca de la comunicación interna.

Actualmente, el practicar un buen manejo en el proceso de comunicación interna en las organizaciones es esencial para lograr mejores resultados en el rendimiento de los colaboradores.

En esta investigación el lector podrá encontrar los aspectos básicos de este estudio. En el capítulo uno se presenta de forma básica el problema de la investigación, describiendo la realidad del problema, los objetivos planteados, la justificación de la investigación y sus limitaciones y consecuencias.

Con el fin de sustentar teórica y científicamente esta tesis, en el capítulo II se consideran los antecedentes internacionales, nacionales y locales, asimismo las bases teóricas las cuales sostienen esta investigación, de igual modo la base filosófica, los términos básicos y el proceso de operacionalización de la variable estudiada.

En el capítulo III se indica los procedimientos metodológicos de esta investigación, como el tipo, nivel, diseño y enfoque. Asimismo, se menciona la población la cual es el objeto de estudio. Por último, se menciona con detalle la técnica usada para recolectar los datos y procesar la información recopilada.

El capítulo IV detalla el análisis e interpretación de los resultados, éstos acompañados de sus respectivas figuras y tablas.

Después de analizar e interpretar los resultados, en el capítulo V se discute a partir de la comparación de estas, con los resultados de los antecedentes.

El capítulo VI considera las conclusiones y recomendaciones a partir de los resultados conseguidos.

El capítulo VII registra las referencias, tanto documentales, bibliográficas, hemerográficas y electrónicas.

Capítulo I
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

La comunicación es fundamental sí que quiere conseguir un balance personal e intrapersonal tanto en la vida cotidiana como laboral, es por eso que muchas empresas y organizaciones alrededor del mundo optan por generar una óptima comunicación organizacional, ya que ella es la clave para lograr una conveniente comunicación interna. El trabajar en un ambiente donde haya buena comunicación genera mejores resultados en cuanto al desempeño y productividad porque los mensajes enviados del remitente al receptor se recibirán con mayor claridad y con menos interrupciones.

En América Latina, el mayor porcentaje de problemas de gestión en las empresas están relacionados con procesos deficientes de comunicación interna, nuestro país no es ajeno a esta deficiencia. Esto se ve reflejado en los procesos tediosos a que el público externo es sometido cuando se requiere realizar algún trámite o documentación, muchas veces la comunicación deteriorada entre empleadores y empleados hace que los resultados no sean los deseados. Asimismo, la mala comunicación entre compañeros de trabajo trae como resultado un clima laboral inadecuado, tensión dentro de las oficinas, mala gestión para resolver problemas, entre otros fenómenos.

En la región Lima provincias, la mayoría de empresas solo atienden las necesidades de su público externo, dejando de lado a sus trabajadores, lo que trae como consecuencia una mala relación, por ende, no hay una buena comunicación. Ello nos preocupa, ya que una mala gestión de la comunicación entre los colaboradores de la entidad trae consigo conflictos entre las diferentes áreas de trabajo y por ende afectará la labor que cada uno desempeña para poder resolver distintas situaciones dentro de su jurisdicción.

La línea de carrera abordada con el presente estudio está vinculada a las Relaciones Públicas, área no del todo comprendida debido a que existe, todavía, resistencia sobre el papel que cumple la comunicación en toda organización, ni siquiera en el país donde nació esta disciplina, estados Unidos, donde una organización ya no cuenta con un área de Comunicación, sino que contrata, periódicamente, a consultores de Relaciones Públicas para que solucionen problemas relacionadas al índole comunicacional.

Es así que con esta investigación pretendemos indagar cómo es que los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10 perciben la comunicación interna en los diferentes tipos: descendente, ascendente y horizontal.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo perciben la comunicación interna los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023?

1.2.2 Problemas específicos

a) ¿Cómo perciben la comunicación interna descendente los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023?

b) ¿Cómo perciben la comunicación interna ascendente los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023?

c) ¿Cómo perciben la comunicación interna horizontal los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Demostrar cómo es la percepción de la comunicación interna en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral - 2023

1.3.2 Objetivos específicos

a) Demostrar cómo es la percepción de la comunicación interna descendente en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023

b) Demostrar cómo es la percepción de la comunicación interna ascendente en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023

c) Demostrar cómo es la percepción de la comunicación interna horizontal en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10. Huaral - 2023

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación teórica, la comunicación interna ha demostrado ser una herramienta importante para que el trabajo dentro de las distintas organizaciones existentes en la

actualidad tanto públicas como privadas pueda fluir de forma que beneficie a todos. La presente investigación contó con un soporte vasto para que los comunicadores puedan tomarlo como referencia en sus futuros proyectos.

Por ello, Fajardo y Nivia (2016) concluyen que:

> La comunicación interna concierne a todos los componentes de la empresa desde la dirección general, pasando por los diferentes rangos – directivos y medios – hasta llegar a todos los empleados. Busca contar a sus públicos internos lo que la propia organización hace; logrando fortalecer la cultura y propiciar un adecuado clima organizacional al incrementar la motivación y la productividad. Con el fin de alcanzar la máxima optimización de los recursos de las empresas e instituciones, haciendo las cosas cada vez mejor al menor coste posible. (p.79)

1.4.2 Justificación práctica, teniendo en cuenta los datos recopilados, el propósito de esta investigación fue proponer lineamientos para ayudar a que la comunicación interna practicada en la entidad pueda ser óptima.

1.4.3 Justificación metodológica, la técnica usada para la aplicación y el recojo de datos fue la encuesta a partir de un cuestionario propuesto. El cual fue utilizado para poder demostrar la hipótesis de la investigación, por ende, elaborar las recomendaciones y posibles soluciones. Ante ello Arias y otros (2022) señalan que: “Permite que el investigador cree nueva metodología para solucionar los problemas encontrados”. (p. 54)

1.5 Delimitaciones del estudio

1.5.1 Delimitación espacial, las instalaciones de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10 fue el espacio sujeto del estudio, teniendo como dirección Calle Atahualpa N° 185 – Urbanización San Martín – Huaral – Lima – Perú.

1.5.2 Delimitación temporal, este estudio se desarrolló entre los meses de agosto y setiembre del año 2023.

1.5.3 Delimitación conceptual, la investigación consideró como variable a la comunicación interna, también precisó a sus tipos: comunicación interna descendente, comunicación interna ascendente y comunicación interna horizontal, propuesta por referentes descritos en nuestras bases teóricas.

1.6 Viabilidad del estudio

1.6.1 Viabilidad humana, existió plena disposición de las investigadoras, así como con el sostén de nuestro asesor y de los colaboradores, objeto del estudio.

1.6.2 Viabilidad temporal, se cumplió con el calendario de trabajo fijado por la Unidad de Grados y Títulos.

1.6.3 Viabilidad financiera, se contó con los medios tanto económicos como tecnológicos lo que aseguró la realización de nuestra tesis.

Capítulo II
MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Contreras (2019) realizó la investigación titulada ***Impacto de la comunicación interna en la percepción organizacional de los empleados, caso Falabella Caracolí*** para obtener el título profesional de Comunicador Social – Periodista por la Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga – Colombia. El objetivo de esta investigación fue conocer la percepción que tienen los empleados de la empresa Falabella sobre los distintos medios de comunicación institucional interna vinculadas al clima y cultura para la productividad. La metodología utilizada fue etnográfica con un enfoque cualitativo. Se aplicó una encuesta a 40 empleados y una entrevista al gerente general. El resultado de esta investigación a través de los datos recolectados evidenció la relevancia que tiene la comunicación para fortalecer relaciones entre cargos jerárquicos y colaboradores a fin de desempeñarse convenientemente y logar las metas deseadas. La conclusión sugiere hacer una reflexión sobre el impacto de la comunicación asociándolo como una herramienta de gestión eficaz que podría facilitar el acercamiento de jefes con sus trabajadores y viceversa.

Ayala (2021) realizó la investigación titulada ***Estudio de la percepción de los colaboradores de la Secretaria General de Comunicación de la Presidencia de la República, sobre la calidad de la comunicación interna, en el marco de la crisis sanitaria ocasionada por la pandemia covid-19, durante el año 2020 y 2021*** para obtener el título de Magister en Psicología con mención en Comportamiento Humano y Desarrollo Organizacional por la Pontifica Universidad Católica de Ecuador. El objetivo de esta investigación fue identificar la percepción de los trabajadores de la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de la República en relación con la calidad de la comunicación interna, en el marco de la crisis sanitaria. La metodología utilizada fue de estudio mixto, transversal y no experimental. Se aplicó un cuestionario a 60 colaboradores. Los resultados evidenciaron la existencia de relaciones positivas entre contenidos emitidos por el área de comunicación y la satisfacción del personal durante el periodo de crisis sanitaria, reafirmándose la relación estadísticamente significativa. La conclusión final refleja altos grados de satisfacción en medios como el E-

mail y chats grupales reafirmando la necesidad de ubicar conveniente el medio a utilizar según las características de la información emitida.

Velázquez (2013) realizó la investigación titulada ***Diagnóstico de la Comunicación Interna en la Unidad Administrativa Comercial del Ministerio del Interior en la Isla de la Juventud*** para obtener el título de Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Isla de la Juventud "Jesús Montané Oropesa", Nueva Gerona – Cuba. El objetivo de esta investigación fue diagnosticar la comunicación interna en la Unidad Administrativa Comercial del Ministerio del Interior en la Isla de la Juventud MININT. La metodología utilizada fue de tipo descriptiva transeccional, de nivel teórico, empírico. Se aplicó un cuestionario, una entrevista además de una guía de observación a 33 colaboradores. Los resultados de la guía de observación evidenciaron que existe una estrecha vinculación entre los diferentes departamentos y áreas de la institución, con respecto a la entrevista se pudo afirmar que la percepción que tienen los principales directivos sobre la comunicación interna no se corresponde con la situación actual y el cuestionario reflejó que no existe una óptima comunicación institucional, así como falta de identidad hacia la empresa. La conclusión final fue que la comunicación en la Unidad Administrativa Comercial del MININT tiene un enfoque mecánico y que la comunicación interna es deficiente.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Lazo y Rojas (2019) realizaron una investigación titulada ***Percepción de la comunicación organizacional interna de los trabajadores de la DIRESA – Junín y la Red de Salud Valle del Mantaro*** para obtener el título profesional de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo. El objetivo de esta investigación fue determinar la percepción de la comunicación en las entidades de salud del Valle del Mantaro. La investigación fue de diseño descriptivo, se utilizó un cuestionario aplicado a 158 colaboradores de la DIRESA de Junín y 92 cuestionarios para la Red de Salud Valle del Mantaro. El resultado de la investigación arrojó que la percepción de la comunicación es regular con un 64% y 57% respectivamente. Concluyendo que los trabajadores perciben que el proceso de la comunicación organizacional interna ayuda al óptimo desempeño de las labores que desarrollan.

Trujillo (2017) realizó la investigación titulada ***Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas; 2017*** para obtener el título profesional de Licenciada en

Administración por la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima – Perú. El objetivo de la investigación fue determinar la influencia de la comunicación interna en el clima organizacional del ente superior. Para ello, el estudio utilizó una metodología de tipo descriptivo y de enfoque cuantitativo, además fue de diseño no experimental-transversal. Se aplicó un cuestionario a 238 empleados obteniendo como principal resultado que un 69.3% muestra o percibe niveles altos en la comunicación intrapersonal, se evidencia también una moderada percepción de comunicación interpersonal con un 52.9%, además de una baja percepción de comunicación institucional con 33.2%. Existen también resultados adicionales en el tema de liderazgo con una percepción del 43.3%, además de una moderada percepción de trabajo en equipo y una baja percepción de motivación con un 32.3% y 33.2% respectivamente. Se concluye que la comunicación interna influye positivamente en el clima organizacional.

2.1.3 Investigaciones locales

Huamán y Villanueva (2022) realizaron una investigación titulada ***Comunicación interna en los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América del Sur S.A.C, Huaral – 2022*** para obtener el título profesional de Licenciados en Ciencias de la Comunicación por la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, Huacho – Perú. El objetivo de esta investigación fue analizar el percibimiento de comunicación institucional en los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones América del Sur SAC. El estudio usó una metodología de tipo básica, siendo descriptiva con enfoque cuantitativo, donde se sometió a cuestionario a 50 trabajadores de la misma. El resultado más saltante evidenció un porcentaje similar (44%) entre los que perciben un nivel bajo y medio la comunicación empleada en la institución, mientras que, los que perciben un nivel alto están en un 12%. En conclusión, se afirma que la comunicación interna percibida por los colaboradores de la inmobiliaria es deficiente o baja.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Comunicación organizacional

La comunicación ha sido siempre motivo de estudio por parte de gente convencida del poder que proyecta y la forma como ésta evoluciona con nosotros. Con el transcurrir del tiempo los especialistas no solo hallaron atractiva la comunicación interpersonal, que nos acompaña desde que el ser humano era un *homo habilis* sino que, descubrimos que existen otras formas

de comunicación, como la de masas, la organizacional y hasta la intrapersonal. Es la comunicación organizacional la que nos motiva el presente estudio.

La comunicación organizacional es un procedimiento que se basa en la retroalimentación, que permite, por un lado, la propagación correcta de la información emitida hacia un receptor a fin de que éste la capte, la entienda y se aparezca en él una actitud esperada.

Si la comunicación interpersonal se daba entre un emisor y un receptor, en un contexto propio, en la comunicación organizacional existe una relación entre individuos cuyo mensaje interesa solo al contexto cerrado de la organización, evidenciado en su misión, visión, objetivos o metas y valores institucionales.

Entendemos que con el transcurrir del tiempo, el ser humano fue creando sus grupos, en un inicio por protección, allí aparecen los primeros grupos primitivos u hordas, posteriormente, al mantener su subsistencia, le interesan otras actividades que demandará la relación con otros seres de su misma especie. Poco a poco aparecen las organizaciones, grupos cerrados con objetivos en común, donde el ser humano debió especializar sus formas de comunicarse para la consecución de objetivos.

La comunicación organizacional se practica en toda organización, pero depende de las empresas el cómo se desarrolle, ya que existen diferentes normas en cada una de ellas, esta comunicación se basa también en los niveles jerárquicos para poder clasificarlos o llevarse adecuadamente, lo que se busca siempre es que este tipo de comunicación se maneje con claridad y que practique la bidireccionalidad.

De Castro (2014) define a la comunicación organizacional como:

> Aquella que establece las instituciones y forman parte de su cultura de sus normas. Debido a ello, la comunicación entre los funcionarios de diferentes niveles, los jefes y subordinados y los distintos con el resto de la organización, deberá ser fluida. (p.5)

Al parecer, en toda organización hay evidencias de relaciones comunicacionales, pero, según la naturaleza de ésta, es decir, su rubro, naturaleza o política establecen sus propias formas de comunicación, así como sus conductos físicos para la emisión de sus mensajes, consideramos que mucho tendrá que ver la infraestructura, el poder adquisitivo de la

empresa, características de los trabajadores, entre otros criterios básicos para la comunicación eficaz.

Practicar una comunicación organizacional adecuada es fundamental ya que esta permite que la información dentro de las empresas llegue con claridad. Por otro lado, también contribuye a saber cuál es la necesidad de los colaboradores y del público externo. Al respecto Ramos, Paredes, Teran, y Lema, 2017 (2017) mencionan que "La comunicación organizacional es una herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta, con los de su personal y con la sociedad." (p. 6)

A inicios del siglo XX existía cierta resistencia acerca de la importancia de la comunicación en una organización, en Europa y Norteamérica se evidenciaba una incipiente técnica de comunicación organizacional desarrollada en las Relaciones Públicas. Diríamos que hasta hoy existen reparos acerca del papel protagónico que cumple la comunicación dentro de una organización y ello nos motiva a realizar investigaciones como ésta.

Existen dos tipos de comunicación en las empresas, comunicación formal e informal. La comunicación formal tiene que ser bidireccional y se clasifica en: Comunicación descendente, comunicación ascendente, comunicación horizontal y comunicación diagonal. Por otro lado, la comunicación informal puede ser positiva y negativa. (De Castro, 2014, pp. 8 y 19)

2.2.1 Tipos de comunicación organizacional

En la actualidad se evidencian muchas posturas y estudios acerca de los tipos de comunicación organizacional. Como investigadoras, tendríamos que abordar todas las propuestas, sin embargo, por la naturaleza de nuestro estudio, si bien conoceremos la mayoría, solo elegiremos aquellas que presenta nuestra población objeto de estudio.

El estudioso Ongallo, (2007) estableció tres tipos principales:

> *Descendente:* El fin es comunicar a los niveles inferiores de la organización las órdenes o noticias que emanan de los niveles superiores.
>
> *Ascendente:* El fin es obtener datos y noticias relativas a la moral laboral del personal, socios y colaboradores, sus aspiraciones, deseos y opiniones.

> *Horizontal:* El fin es promover el intercambio de datos e impresiones entre los miembros de un mismo nivel jerárquico, o de su mismo grupo. (p.33)

El autor manifiesta la existencia de tres tipos de comunicación interna: la de arriba hacia abajo, la de abajo hacia arriba y la comunicación entre trabajadores o colaboradores del mismo rango.

Por otro lado, la comunicación organizacional se da según el nivel jerárquico, este tipo de comunicación se usa para transferir los datos de los diferentes niveles en un área de trabajo, también es importante que esta comunicación sea bidireccional.

De Castro (2014) clasifica la comunicación en cuatro tipos:

> Comunicación descendente: de la dirección o gerencia hacia el personal, generalmente lo constituyen comunicaciones institucionales de la empresa como normas, reglamentos, procedimientos, etc.
>
> Comunicación ascendente: del personal hacia la dirección, gerencia o presidencia de la empresa. Esta es fundamental, pues les da a las directivas de la empresa una visión del clima laboral existente, que puede ayudar a aclarar malos entendidos, rumores o incomunicaciones. Entre los medios más conocidos están el buzón de sugerencias y los procesos de apelación.
>
> Comunicación horizontal: entre el personal de igual jerarquía o pares. Esta es necesaria para la buena coordinación e integración de los departamentos de la empresa y las funciones que desempeñan dentro de su engranaje.
>
> Comunicación diagonal: entre miembros de departamentos diferentes que se cruzan, no necesariamente cubriendo la línea de forma escrita. (pp. 7 y 8)

Aquí aparece una propuesta más: la diagonal, y es que, la proliferación de áreas de trabajo con jerarquías diferentes, incitan a una comunicación mucho más allá de la horizontal, sobre todo para aspectos de coordinación entre diferentes áreas laborales.

Asimismo, la comunicación organizacional no solo abarca a un público interno, sino también al público externo, dependiendo de sus requerimientos. Se entiende que el público interno es aquel que labora en la institución, ya sea siendo de planta o contratados en una periodicidad de tiempo, mientras que el público externo es aquel que no tiene vínculo laboral

con la organización pero que en algún momento puede ser un potencial usuario, consumidor o cliente, según la naturaleza de la misma.

Por otro lado, Andrade (2005), menciona dos tipos de comunicación:

> Comunicación interna: conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.
>
> Comunicación externa: conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios. Abarca tanto lo que en términos generales se conoce como Relaciones Públicas, como la Publicidad. (p. 17)

Esta clasificación no deja de ser interesante debido a que el autor no solo se ciñe a las relaciones que puedan presentarse dentro de la organización, sino que deja en claro que la comunicación también puede proyectarse desde la organización a la comunidad, apareciendo la comunicación externa con todos sus recursos: boletines, publirreportajes, afiches, carteles, redes sociales, entre otros medios.

Según lo visto, las Relaciones Públicas basan sus objetivos en dos detalles importantes: primero, buscar la integración del público interno, ello significa lograr que el trabajador se identifique o se "ponga la camiseta" de la organización para cumplir metas establecidas y segundo, proyectar una imagen positiva hacia la comunidad, se entiende que si el compromiso del trabajador es óptimo y logra integrarse a los objetivos institucionales, entonces su servicio será eficiente, por ende, la imagen que proyecte al exterior será positiva. Algunos afirman que, si se cumple el primer objetivo de relaciones públicas, el otro caerá por su propio peso.

2.2.3 Comunicación interna

Decíamos que la comunicación se ha constituido en un elemento importante para el logro de objetivos institucionales, sin embargo, el hecho de practicarla sin ningún estudio previo solo demostraría ineficiencia. Estudios sobre la calidad del mensaje emitido, el canal

correcto para enviar el mensaje, el código usado para la correcta interpretación del receptor, entre otros aspectos de real trascendencia en el proceso.

Andrade (2005) señala que: “La comunicación interna es un conjunto de actividades que se realizan dentro de una empresa para llevar una buena relación entre los trabajadores, esta ayuda a alcanzar mejores resultados en el logro de sus objetivos” (p. 17)

El llevar una comunicación interna ejecutada de manera correcta ayuda a que la comunicación dentro de la empresa sea fluida y eficaz. Dependiendo la dirección en la que se dirija el mensaje ésta se puede clasificar en tres tipos: Comunicación descendente, comunicación ascendente y comunicación horizontal. (Fernández y Fernández, 2017, pp. 4)

La comunicación interna es la base para el buen desempeño comunicacional de la organización y podría entenderse como la columna vertebral de la empresa esto debido a que al tener un buen manejo comunicacional se podrá trabajar mejor, con mejor entendimiento y mejor clima organizacional.

El clima organizacional es ese conjunto de elementos existentes en una organización que pueden supeditar la conducta del trabajador, puede ser positiva o negativa a partir de las fortalezas internas o externas del trabajador o colaborador.

Por ello, Charry (2018) menciona que:

> El comprender a la comunicación como un sistema transversal a la institución hace posible incluirla en una política institucional y no limitarla a algo meramente instrumental. La comunicación interna es el alma y espíritu de la organización. Es el sistema nervioso central de toda institución y organización. (par. 7)

Agregaríamos que el estado de salud mental del trabajador también juega un papel relevante en este proceso de comunicación interna, es decir, es difícil establecer en qué condiciones mentales se encontrará un trabajador para asimilar un mensaje institucional o qué grado de predisposición tendrá para cumplir un mandato que es vital para la organización. Aspecto de real interés pero que es motivo de otra investigación.

Se entiende por comunicación interna a la comunicación que se da entre los colaboradores dentro de una empresa u organización, se puede clasificar a la comunicación interna según el nivel jerárquico de los colaboradores, por ejemplo, si la comunicación es entre jefe-

empleado se habla de una comunicación descendente, por otro lado, si este tipo de comunicación se da entre personas del mismo nivel jerárquico se habla de una comunicación horizontal.

Por ello, Puchol y Puchol (2016) mencionan: “Establecemos que existen fundamentalmente tres tipos de comunicación interna.” y estas son:

2.2.3.1 Comunicación interna descendente

Es la comunicación que nace desde la autoridad máxima de la organización, este tipo de comunicación tiene que seguir un orden jerárquico, puede también guiarse de un organigrama para su adecuada ejecución. Existen diferentes procedimientos para ejecutar este tipo de comunicación.

Según Puchol y Puchol (2016) los procedimientos más frecuentes son:

- La orden verbal;
- La nota interna o memorando;
- El boletín, periódico o revista de empresa;
- El álbum de prensa;
- Las cartas circulares entregadas al personal o dirigidas a sus domicilios;
- El tablón de anuncios; el manual de acogida dirigido al personal de nuevo ingreso;
- La megafonía interna;
- Las charlas; conferencias y reuniones informativas;
- Los cursos y seminarios de formación;
- Los carteles y posters. (p.10)

Esta comunicación es fundamental para lograr una buena comunicación jefe-empelado, que es la columna vertebral en el desarrollo óptimo del proceso productivo para alcanzar los resultados aspirados. Cuando la relación es buena, la información se transmite con mayor claridad y poca interferencia entre el emisor y el receptor, lo que se traduce en mejores resultados. Este tipo de comunicación está conformado por los líderes de empresas y trabajadores, fluye cuando los líderes tienen que dar órdenes, charlas, capacitaciones, etc.

Este tipo de comunicación también merece cierto análisis debido a que, si la comunicación es de arriba hacia abajo, no sabemos si el lenguaje que utiliza la alta jerarquía es del correcto entendimiento del trabajador para el logro de objetivos.

Robbins y Judge (2013) afirman:

> La comunicación que fluye desde el nivel de un grupo u organización hasta un nivel inferior se denomina comunicación descendente. La utilizan los líderes y gerentes de grupos para asignar metas, dar instrucciones sobre el trabajo, explicar las políticas y los procedimientos, señalar los problemas que necesitan atención y brindar retroalimentación acerca del desempeño. (p.239)

Agregamos que a la par del lenguaje verbal éste viene acompañado del lenguaje no verbal, punto interesante por cómo se dicen las cosas, cómo el trabajador interpreta un mensaje acompañado de señas, ademanes o movimientos de mano o gesticulaciones.

2.2.3.2 Comunicación interna ascendente

La comunicación ascendente es la que ocurre entre trabajadores y jefes, este tipo de comunicación es esencial si se quiere saber cuáles son las necesidades de los trabajadores. Con el tiempo se ha comprobado que las empresas que aciertan con este estilo de comunicación logran mejores resultados de productividad, ya que los trabajadores tienen la confianza de decir lo que sienten o necesitan, esto genera que los colaboradores perciban un ambiente más cómodo y a su vez genera empatía por sus jefes y con el lugar donde trabajan.

Robbins y Judge (2013) afirman:

> La comunicación ascendente fluye hacía un nivel superior del grupo u organización. Se utiliza para brindar retroalimentación a los jefes, informarles sobre el progreso hacia las metas y plantearles problemas actuales. La comunicación ascendente permite que los gerentes conozcan los sentimientos de los empelados hacia su puesto de trabajo, hacia sus colegas y hacia la organización en general. Los gerentes también utilizan la comunicación ascendente para obtener ideas de cómo mejorar las cosas. (p.239)

Este tipo de comunicación ayuda a saber los requerimientos de los trabajadores, también a saber si la comunicación descendente está funcionando bien. Ayuda también a recoger las quejas y sugerencias de los empleadores, esta comunicación también respeta un orden

jerárquico, a diferencia de la comunicación descendente, la comunicación ascendente empezará desde el rango más bajo hasta el más alto. Para ello se usan diferentes modalidades.

Así como hicimos un paréntesis reflexivo en la comunicación descendente, en la ascendente ocurre algo significativo, talvez por la jerarquía a quien nos dirigimos, eso significa la aparición de un respeto excesivo y hasta casi intimidante de los trabajadores hacia el personal jerárquico, los resultados pueden ser los no esperados.

Según Puchol y Puchol (2016) los medios para este tipo de comunicación son:

- El comité de prensa
- Los distintos comités y grupos de trabajo que se pueden formar en la empresa
- Los círculos de calidad, cualquier sistema de sugerencia que puede existir en la empresa
- La atención de qué hace reclamaciones
- Las peticiones de los obreros, capataces, mandos intermedios
- Las encuestas de opinión
- Los estudios, dictámenes, informes, etc.
- Las entrevistas
- La política de puertas abiertas (p. 11)

2.2.3.3 Comunicación interna horizontal

La comunicación horizontal se da entre personas del mismo ambiente laboral y del mismo nivel jerárquico. Al respecto, Robbins y Judge (2013) mencionan: “La comunicación horizontal tiene lugar entre miembros del mismo grupo de trabajo, entre miembros de grupos de trabajo del mismo nivel, entre gerentes del mismo rango o entre cualquier personal equivalente horizontalmente.” (p.239)

Muchas veces en las empresas este tipo de comunicación está dañado o deteriorado, por malos entendidos, chismes o simplemente falta de comprensión entre compañeros, trayendo como resultado habladurías y merma en el rendimiento laboral. Por otro lado, si este tipo de comunicación es aplicada de forma correcta, hay un ambiente laboral tranquilo y armonioso generando así resultados favorables.

Estamos convencidos que, en este punto, es muy importante que las organizaciones velen por la salud mental de sus trabajadores. Existe una barrera psicológica que puede afectar el cumplimiento de metas u objetivos y que, a la larga pueda degenerar en un factor crítico en las instituciones.

Este tipo de comunicación usa el nivel jerárquico para su desarrollo, se da entre trabajadores del mismo nivel, ayuda a que exista una mejor coordinación entre compañeros de trabajo, esto facilita a que no se repitan trabajos y así no malgastar tiempo ni dinero. (De Castro, 2014, p. 8)

Al respecto, Ongallo (2007) señala que:

> El desarrollo de la comunicación horizontal requiere tres soportes fundamentales para su desarrollo:
> 1. Una comunicación ascendente y descendente fluida, objetiva, veraz y transparente.
> 2. Una formación apropiada sobre técnicas de comunicación, sobre dinámica de grupos y desarrollo de equipos de trabajo.
> 3. Una voluntad asumida por los mandos de ser comunicadores y gestores de recursos humanos, además de técnicos. (p.85)

Además, nos señala que los instrumentos de este tipo de comunicación interna pueden ser:

- Reuniones entre los diferentes departamentos
- Comisiones que se forman para tratar temas específicos
- Reuniones de intercambio
- Seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse
- Comunicaciones telefónicas (p.35)

Cada vez resulta más interesante el estudio de la comunicación organizacional pero que todavía tendría que ampliarse más el panorama de estudio debido a que en estos tiempos de irrupción tecnológica nos motiva a preguntarnos ¿Qué otras formas de comunicación se podrían aplicar en una organización? ¿Las redes sociales son tan funcionales en una organización? ¿Los medios tecnológicos en el trabajo remoto cumplirán los mismos objetivos que los medios tradicionales? Entre otras interrogantes.

2.2.4 Percepción

Desde el punto de vista de la Sicología, percibir significa juntar los estímulos recibidos a través de nuestros sentidos para otorgarle diferentes significados a esos aspectos de la realidad.

La percepción es un instrumento que es aprovechado por los individuos y consiste en recibir, interpretar y comprender señales que se originan en el exterior para así codificar las señales provenientes de la actividad sensorial. Es el poder entender la realidad, ya sean sucesos, hechos, cambios, etc. que día a día nos rodean a través de nuestros sentidos.

En tal sentido, Vargas (1994) define a la percepción como:

> Proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización. (p.48)

La percepción es un proceso en el cual cada persona recopila información que puede ser relevante para ella y la interpreta según su punto de vista. Al respecto Oviedo (2004) define la percepción como "Un proceso de extracción y selección de información relevante encargado de generar un estado de claridad y lucidez consiente que permita el desempeño dentro del mayor grado de racionalidad y coherencia posibles con el mundo circundante". (par. 9)

Es importante agregar que en el proceso de la percepción humana, esas sensaciones experimentadas son producto de la interacción de millones de células nerviosas que viajan en un sinfín de redes neuronales.

2.2.5 Unidadde Gestión Educativa Local – Huaral

La unidad de gestión educativa local N°10 de Huaral fue creada en el año 1987 bajo D.S. N° 1497-PCM-1987, como USE N°20. En el año 1988 con R.D.Z. N° 1846 se aprueban las estructuras de los cargos para la central y en diciembre de ese año con R.D.Z N°1984 se aprueba el CAP nómina de la USE N°10 teniendo como organización: Dirección, Oficina de Actas y Certificados, Asesoría Jurídica, Órgano de Control Institucional, Supervisión Educativa y Proyectos Educativos.

Actualmente es un órgano desconcentrado que está supeditado a la Dirección Regional de Educación de Lima Provincias y del Ministerio de Educación para las funciones administrativas, así como para fortalecer soportes técnicos, administrativos e institucionales con el fin de brindar un servicio educativo de calidad. Dicha entidad se encuentra ubicada en la provincia de Huaral, departamento de Lima.

Esta institución busca brindar servicios educativos primando la honestidad para satisfacer las necesidades de los usuarios. Asimismo, está comprometida con los avances científicos y tecnológicos a fin de innovar estrategias pedagógicas que coadyuven al logro de metas dentro de aspectos vinculados a la calidad educativa como aporte al desarrollo social y económico de la región.

La misión es garantizar un servicio de calidad aplicando modelos de gestión que sean eficientes y pertinentes, acordes con modelos basados en el liderazgo democrático, en los avances científicos y tecnológicos que permitan al personal desempeñarse con principios éticos, competentes en sus funciones, a fin de administrar y orientar a los protagonistas educativos de manera eficiente.

2.3 Bases filosóficas

Por la naturaleza de nuestro estudio donde tenemos que recopilar información para responder a nuestras hipótesis, esta investigación se basa en la filosofía positivista y esta consiste en conocer la verdad dejando de lado especulaciones usando el método científico.

Guamán, Hernández, y Lloay (2020) mencionan que:

> El positivismo, es una corriente filosófica que funda la verdad en el método experimental de las ciencias positivas y que rechaza o niega cualquier interpretación teológica y metafísica. La realidad es lo verdadero y el único objeto del conocimiento, que se debe explicar la totalidad de los fenómenos a través del método científico. (p.267)

El positivismo busca el entendimiento y tiene una estrecha relación con la comunicación ya que éstas se basan en determinar el conocimiento y estudiar el efecto que tienen los mensajes sobre la audiencia. Con esta investigación buscamos conocer la percepción de la comunicación interna en los colaboradores mediante un instrumento para comprobar nuestra hipótesis y poder a su vez, dejar recomendaciones para que ésta mejore.

2.4 Definición de términos básicos

Colaboradores: Son las personas que ingresan, permanecen y participan en la organización, sea cual sea su nivel jerárquico o su tarea. Los recursos humanos se distribuyen en niveles distintos: en el nivel institucional de la organización, en el nivel intermedio y en el nivel operacional. (Chiavenato, 2007, p. 94)

Comunicación ascendente: Se lleva a cabo cuando un individuo de la organización transmite información, ideas, sugerencias y quejas hacia otra persona encuadrada en un nivel superior de jerarquía. (Ongallo, 2007, p. 82)

Comunicación descendente: La información originada en algún punto de la organización, que se vierte hacia abajo en la estructura jerárquica, con el fin de informar o influir. (Ongallo, 2007, p. 78)

Comunicación horizontal: Este tipo de canales se emplea cuando los miembros de un mismo nivel dentro de la jerarquía del mando se comunican entre sí. Esta vía horizontal funciona tanto oficial como oficiosamente. (Ongallo, 2007, p. 85)

Comunicación interna: Conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (Andrade, 2017, p. 7)

Percepción: Cada persona tiene su propio sistema conceptual, es decir, su patrón de referencia que actúa como filtro codificador, lo que condiciona la aceptación y el procesamiento de cualquier información. Este filtro selecciona y rechaza toda información que no se ajuste a ese sistema o que pueda amenazarlo. (Chiavenato, 2007, p. 62)

Relaciones Públicas: Las relaciones públicas son la presentación positiva de una organización a todos sus públicos y que mediante el dialogo, la investigación y la información sirven de técnica para la organización y se acreditan como el arte de la convivencia y la participación lo que genera en cada persona, la necesidad de convivir y compartir y disponer de los métodos y puntos de referencias, con las que contribuirá a conformar su conciencia, responsabilidad social y capacidad de actuar sin temor a errar. (Wilhelm, Ramírez, y Sánchez, 2009, par. 23)

2.5 Hipótesis de investigación

2.5.1 Hipótesis general

La percepción de la comunicación interna en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023, es regular.

2.5.2 Hipótesis específicas

a) La percepción de la comunicación descendente en los colaboradores de la unidad de gestión educativa local N°10, Huaral - 2023, es mala.

b) La percepción de la comunicación ascendente en los colaboradores de la unidad de gestión educativa local N°10, Huaral - 2023, es regular.

c) La percepción de la comunicación horizontal en los colaboradores de la unidad de gestión educativa local N°10, Huaral - 2023, es regular.

2.6 Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Comunicación interna	Comunicación interna descendente	La orden verbal	1;2
		La nota interna o memorando	3;4
		Las charlas; conferencias y reuniones informativas	5;6
		Los cursos y seminarios de formación	7;8
		Los carteles y posters	9;10
	Comunicación interna ascendente	Los distintos comités y grupos de trabajo que se pueden formar en la empresa	11;12
		Las peticiones de losobreros, capataces, mandos intermedios	13;14
		Los estudios, dictámenes, informes	15;16
		Las entrevistas	17;18
	Comunicación interna horizontal	Reuniones entre los diferentes departamentos	19;20
		Comisiones que se forman para tratar temas específicos	21;22
		Seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse	23;24
		Comunicaciones telefónicas	25;26

Capítulo III
METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Tipo de investigación

La investigación es de tipo básica ya que buscó acopiar información acerca de la realidad actual de la entidad respecto a nuestra variable. En ese aspecto Carrasco (2005) nos menciona que "Es la que no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad. Su objeto de estudio constituye las teorías científicas mismas que las analiza para perfeccionar sus contenidos." (p.43)

3.1.2 Nivel de investigación

La investigación tiene un nivel descriptivo porque se analizaron los datos recogidos de los colaboradores en un tiempo determinado en base a nuestra variable.

Hernández, Fernández - Collado, y Baptista (2006) señalan que la "Investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población." (p.103)

3.1.3 Diseño de investigación

El diseño de nuestra investigación es no experimental ya que solo se buscó con los datos que se recopilaron determinar el problema y no se experimentó con la población.

Al respecto Kerlinger y Lee (2002) nos dicen que:

> La investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables. Se hacen inferencias sobre las relaciones entre las variables,

> sin intervención directa, de la variación concomitante de las variables independiente y dependiente. (p.504)

3.1.4 Enfoque de investigación

La investigación emplea un enfoque cuantitativo ya que mediante un cuestionario se recopiló información para poder comprobar la hipótesis propuesta.

Hernández, Fernández - Collado, y Baptista (2006) nos refieren que el "Enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías." (p. 5)

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

Se trabajó con los 60 colaboradores en total de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10 del presente año.

Fuente: Área de Personal – UGEL N°10 – Huaral.

Por lo tanto, Carrasco (2005) dice que: "Es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación." (pp.236 y 237)

3.2.2 Muestra

Al ser una población pequeña no hubo necesidad de extraer una muestra por ende se le consideró como una muestra censal y se seleccionó al total de la población.

Asimismo, Carrasco (2005) refiere que:

> Es una parte o fragmento representativo de la población, cuyas características esenciales son las de ser objetiva y reflejo fiel de ella, de tal manera que los resultados obtenidos en la muestra puedan generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población. (p.237)

3.3 Técnicas de recolección de datos

A fin de poder cuantificar la variable comunicación interna utilizamos la técnica de la encuesta, diseñando previamente un cuestionario. Éste constó de 26 ítems cerrados según la escala de Likert.

Behar (2008) nos dice que:

> La información es recogida usando procedimientos estandarizados de manera que a cada individuo se le hacen las mismas preguntas en más o menos la misma manera. La intención de la encuesta no es describir los individuos particulares quienes, por azar, son parte de la muestra, sino obtener un perfil compuesto de la población. (p.62)

En cuanto al cuestionario, consistió en un conjunto de ítems que fueron variados respecto a nuestra variable y de tipo cerrados.

Al respecto Behar (2008) señala que:

> En las preguntas cerradas las categorías de respuestas son definidas a priori por el investigador y se le presentar al respondiente, quien debe elegir la opción que describa más adecuadamente su respuesta. Las escalas de actitudes en forma de pregunta caerían dentro de la categoría de preguntas cerradas. (p.64)

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

La técnica que utilizamos para poder procesar los datos fue el programa SPSS lo que nos permitió tabular la información y obtener los gráficos para poder analizarlos e interpretarlos y así poder deducir las conclusiones y recomendaciones.

Capítulo IV
RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

Análisis univariado de los resultados de Comunicación Interna.

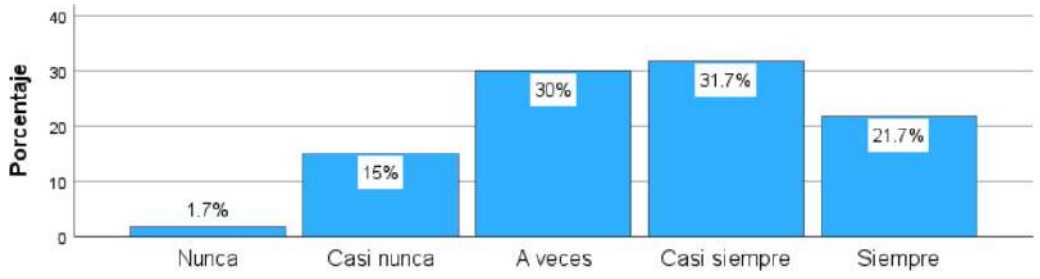
La orden verbal:

Tabla 1 *Las órdenes verbales que me dan mis superiores son claras*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	1	1.7	1.7	1.7
	Casi nunca	9	15.0	15.0	16.7
	A veces	18	30.0	30.0	46.7
	Casi siempre	19	31.7	31.7	78.3
	Siempre	13	21.7	21.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 1 *Las órdenes verbales dadas son claras*



Fuente: Elaborado por las tesistas

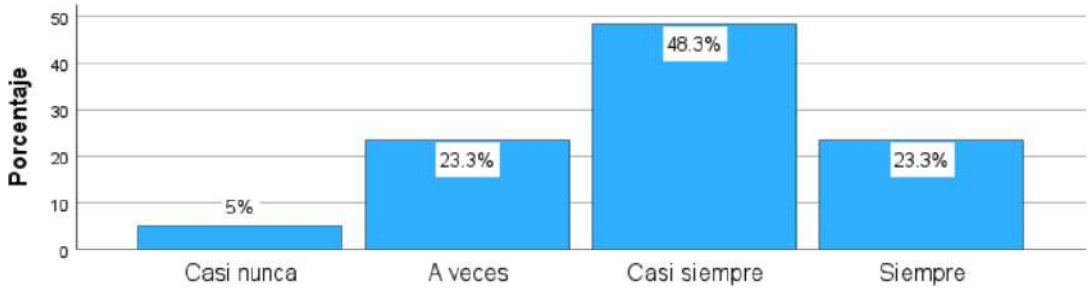
Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 1.7% es decir, un colaborador percibe que las órdenes verbales que le dan sus superiores "nunca" son claras, mientras que un 15%, con 9 colaboradores, perciben que "casi nunca", el 30%, con 18 colaboradores, perciben que "a veces", el 31.7%, con 19, perciben que "casi siempre" y el 21.7%, con 13 colaboradores, perciben que "siempre" las órdenes verbales que le dan sus superiores son claras. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que casi siempre las órdenes verbales que le dan sus superiores son claras.

Tabla 2 *Las órdenes verbales que recibo las cumplo más rápido*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Casi nunca	3	5.0	5.0	5.0
	A veces	14	23.3	23.3	28.3
	Casi siempre	29	48.3	48.3	76.7
	Siempre	14	23.3	23.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 2 *Las órdenes verbales se cumplen más rápido*



Fuente: Elaborado por las tesistas

Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: Ningún colaborador percibe que las órdenes verbales que recibe "nunca" las cumplen más rápido, el 5%, es decir, 3 colaboradores, perciben que "casi nunca", mientras que un 23.3%, con 3 colaboradores, perciben que "a veces", un 48.3%, con 29 colaboradores, perciben que "casi siempre", 23.3%, con 14, perciben que "siempre" las órdenes verbales que reciben las cumplen más rápido. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que casi siempre las órdenes verbales que reciben las cumplen más rápido.

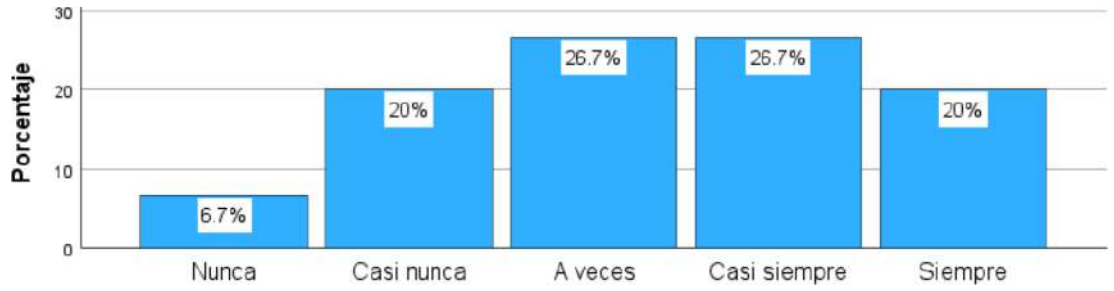
La nota interna o memorando:

Tabla 3 *Los memorándums se utilizan con frecuencia*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	4	6.7	6.7	6.7
	Casi nunca	12	20.0	20.0	26.7
	A veces	16	26.7	26.7	53.3
	Casi siempre	16	26.7	26.7	80.0
	Siempre	12	20.0	20.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 3 *Los memorándums son frecuentes*



Fuente: Elaborado por las tesistas

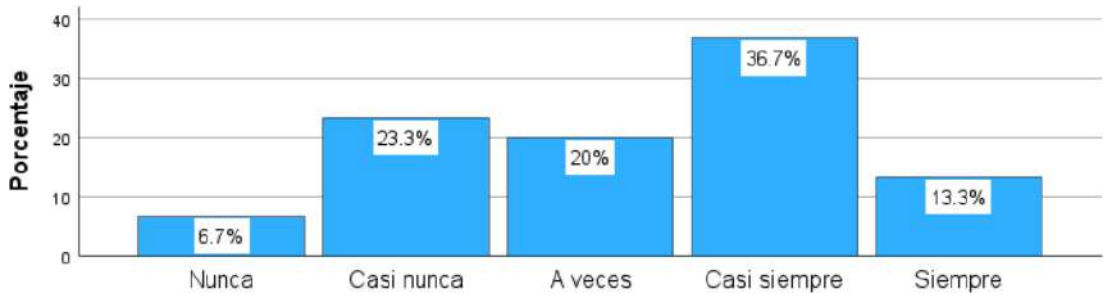
Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 6.7%, es decir, 4 colaboradores, perciben que "nunca" los memorándums se utilizan con frecuencia, mientras que un 20%, con 12 colaboradores, perciben que "casi nunca", el 26.7%, con 16 colaboradores, perciben que "a veces", el 26.7%, con 16, perciben que "casi siempre" y el 20%, con 12 colaboradores, perciben que "siempre" los memorándums se utilizan con frecuencia.

Tabla 4 *Los memorándums son más eficaces que las órdenes verbales*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	4	6.7	6.7	6.7
	Casi nunca	14	23.3	23.3	30.0
	A veces	12	20.0	20.0	50.0
	Casi siempre	22	36.7	36.7	86.7
	Siempre	8	13.3	13.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 4 *Los memorándums son más eficaces*



Fuente: Elaborado por las tesistas

Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 6.7%, es decir, 4 colaboradores, perciben que los memorándums "nunca" son más eficaces que las órdenes verbales, mientras que un 23.3%, con 14 colaboradores, perciben que "casi nunca", un 20%, con 12 colaboradores, perciben que "a veces", el 36.7%, con 22, perciben que "casi siempre" y el 13.3%, con 8 colaboradores, perciben que "siempre" los memorándums son más eficaces que las órdenes verbales. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que casi siempre los memorándums son más eficaces que las órdenes verbales.

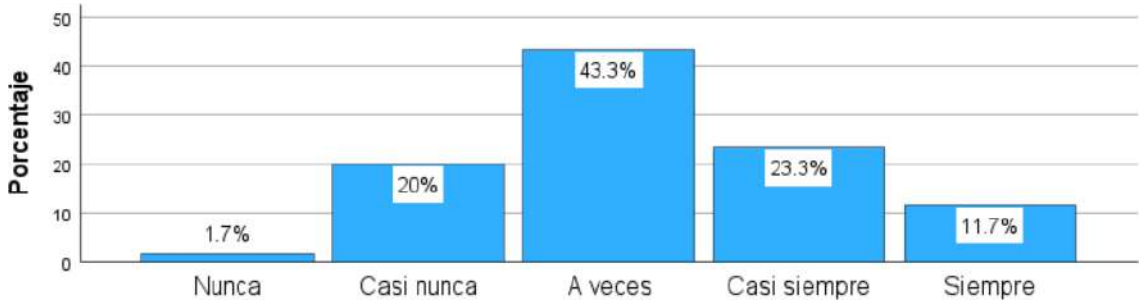
Las charlas; conferencias y reuniones informativas

Tabla 5 *Las charlas, conferencias o reuniones se dan de manera frecuente*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	1	1.7	1.7	1.7
	Casi nunca	12	20.0	20.0	21.7
	A veces	26	43.3	43.3	65.0
	Casi siempre	14	23.3	23.3	88.3
	Siempre	7	11.7	11.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 5 *Las charlas, conferencias o reuniones son frecuentes*



Fuente: Elaborado por las tesistas

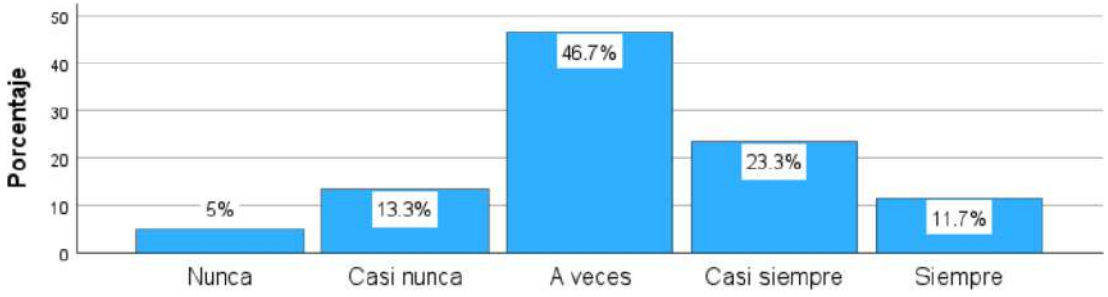
Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 1.7%, es decir, un colaborador percibe que las charlas, conferencias o reuniones "nunca" se dan de manera frecuente, mientras que un 20%, con 12 colaboradores, perciben que "casi nunca", un 43.3%, con 26 colaboradores, perciben que "a veces", el 23.3%, con 14, perciben que "casi siempre" y el 11.7%, con 7 colaboradores, perciben que "siempre" las charlas, conferencias o reuniones se dan de manera frecuente. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces las charlas, conferencias o reuniones se dan de manera frecuente.

Tabla 6 *Las charlas, conferencias o reuniones involucran a todos los colaboradores*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	3	5.0	5.0	5.0
	Casi nunca	8	13.3	13.3	18.3
	A veces	28	46.7	46.7	65.0
	Casi siempre	14	23.3	23.3	88.3
	Siempre	7	11.7	11.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 6 *Las charlas, conferencias o reuniones participan todos*



Fuente: Elaborado por las tesistas

Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 5%, es decir, 3 colaboradores perciben que las charlas, conferencias o reuniones "nunca" involucran a todos los colaboradores, mientras que un 13.3%, con 8 colaboradores, perciben que "casi nunca", un 46.7%, con 28 colaboradores, perciben que "a veces", el 23.3%, con 14, perciben que "casi siempre" y el 11.7%, con 7 colaboradores, perciben que "siempre" las charlas, conferencias o reuniones involucran a todos los colaboradores. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces las charlas, conferencias o reuniones involucran a todos los colaboradores.

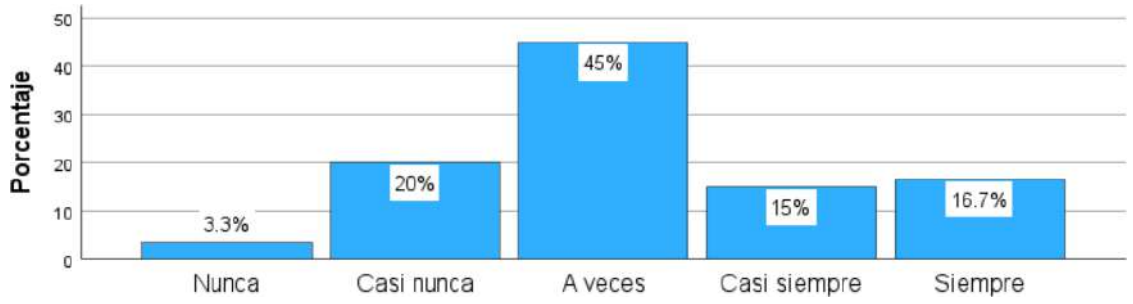
Los cursos y seminarios de formación

Tabla 7 *Los cursos o seminarios de formación son propiciados por la entidad*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	2	3.3	3.3	3.3
	Casi nunca	12	20.0	20.0	23.3
	A veces	27	45.0	45.0	68.3
	Casi siempre	9	15.0	15.0	83.3
	Siempre	10	16.7	16.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 7 *Los cursos o seminarios son organizados por la entidad*



Fuente: Elaborado por las tesistas

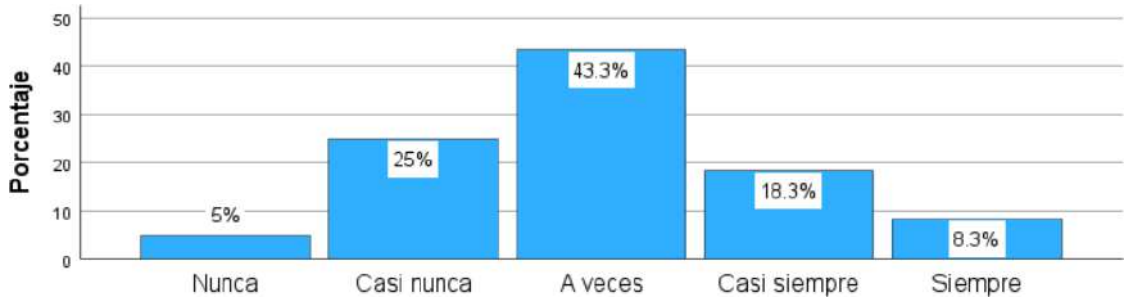
Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 3.3%, es decir, 2 colaboradores perciben que "nunca" los cursos o seminarios de formación son propiciados por la entidad, mientras que un 20%, con 12 colaboradores, perciben que "casi nunca", un 45%, con 27 colaboradores, perciben que "a veces", el 15%, con 9, perciben que "casi siempre" y el 16.7%, con 10 colaboradores, perciben que "siempre" los cursos o seminarios de formación son propiciados por la entidad. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces los cursos o seminarios de formación son propiciados por la entidad

Tabla 8 *Los cursos o seminarios de formación son frecuentes*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	3	5.0	5.0	5.0
	Casi nunca	15	25.0	25.0	30.0
	A veces	26	43.3	43.3	73.3
	Casi siempre	11	18.3	18.3	91.7
	Siempre	5	8.3	8.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 8 *Los cursos o seminarios son usuales*



Fuente: Elaborado por las tesistas

Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 5%, es decir, 3 colaboradores perciben que los cursos o seminarios de formación "nunca" son frecuentes, mientras que un 25%, con 15 colaboradores, perciben que "casi nunca", un 43.3%, con 26 colaboradores, perciben que "a veces", el 18.3%, con 11, perciben que "casi siempre" y el 8.3%, con 5 colaboradores, perciben que "siempre" los cursos o seminarios de formación son frecuentes. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces los cursos o seminarios de formación son frecuentes.

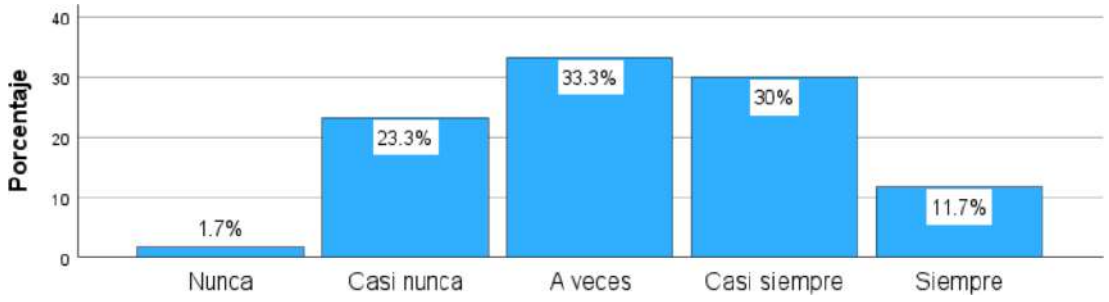
Los carteles y pósters

Tabla 9 *Los carteles ayudan a que mis jefes se comuniquen conmigo*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	1	1.7	1.7	1.7
	Casi nunca	14	23.3	23.3	25.0
	A veces	20	33.3	33.3	58.3
	Casi siempre	18	30.0	30.0	88.3
	Siempre	7	11.7	11.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 9 *Los carteles ayudan a la comunicación con mis jefes*



Fuente: Elaborado por las tesistas

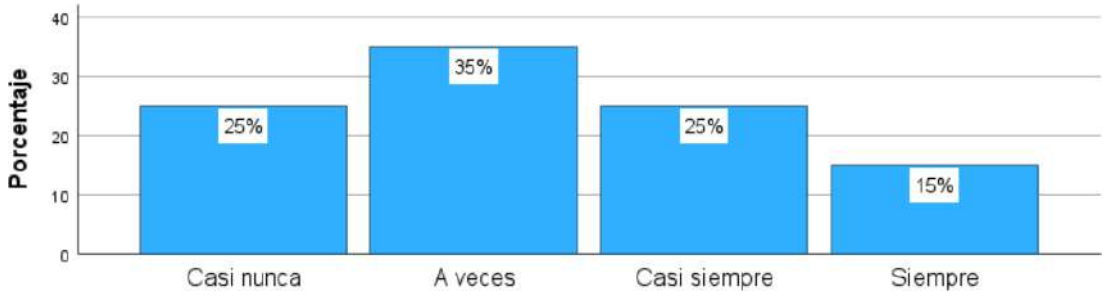
Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 1.7%, es decir, un colaborador percibe que los carteles "nunca" ayudan a que sus jefes se comuniquen con él, mientras que un 23.3%, con 14 colaboradores, perciben que "casi nunca", un 33.3%, con 20 colaboradores, perciben que "a veces", el 30%, con 18, perciben que "casi siempre" y el 11.7%, con 7 colaboradores, perciben que "siempre" los carteles ayudan a que sus jefes se comuniquen con ellos. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces los carteles ayudan a que sus jefes se comuniquen con ellos.

Tabla 10 *Los posters son un medio de comunicación eficaz para que mis jefes se comuniquen conmigo*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Casi nunca	15	25.0	25.0	25.0
	A veces	21	35.0	35.0	60.0
	Casi siempre	15	25.0	25.0	85.0
	Siempre	9	15.0	15.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 10 *Los posters son un medio de comunicación eficaz*



Fuente: Elaborado por las tesistas

Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: Ningún colaborador percibe que los posters "nunca" son un medio de comunicación eficaz para que sus jefes se comuniquen con ellos, el 25%, es decir, 15 colaboradores, perciben que "casi nunca", mientras que un 35%, con 21 colaboradores, perciben que "a veces", un 25%, con 15 colaboradores, perciben que "casi siempre", 15%, con 9 colaboradores, perciben que "siempre" los posters son un medio de comunicación eficaz para que sus jefes se comuniquen con ellos. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces los posters son un medio de comunicación eficaz para que sus jefes se comuniquen con ellos.

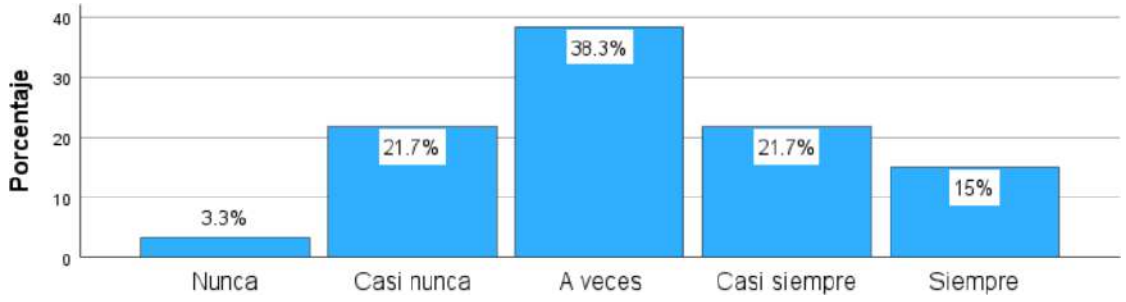
Los distintos comités y grupos de trabajo que se pueden formar en la empresa

Tabla 11 *Los comités ayudan a que pueda informar mis requerimientos a mis superiores*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	2	3.3	3.3	3.3
	Casi nunca	13	21.7	21.7	25.0
	A veces	23	38.3	38.3	63.3
	Casi siempre	13	21.7	21.7	85.0
	Siempre	9	15.0	15.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 11 *Los comités ayudan a que se puedan informar los requerimientos*



Fuente: Elaborado por las tesistas

Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 3.3%, es decir, 2 colaboradores, perciben que los comités "nunca" ayudan a que pueda informar sus requerimientos a sus superiores, mientras que un 21.7%, con 13 colaboradores, perciben que "casi nunca", un 38.3%, con 23 colaboradores, perciben que "a veces", el 21.7%, con 13, perciben que "casi siempre" y el 15%, con 9 colaboradores, perciben que "siempre" los comités ayudan a que pueda informar sus requerimientos a sus superiores. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces los comités ayudan a que pueda informar sus requerimientos a sus superiores.

Tabla 12 *Los grupos de trabajo son eficaces para mantener informado a mis superiores sobre mis peticiones*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Casi nunca	13	21.7	21.7	21.7
	A veces	20	33.3	33.3	55.0
	Casi siempre	20	33.3	33.3	88.3
	Siempre	7	11.7	11.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 12 *Los grupos de trabajo son eficaces para informar las peticiones*



Fuente: Elaborado por las tesistas

Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: Ningún colaborador cree que los grupos de trabajo "nunca" son eficaces para mantener informado a sus superiores sobre sus peticiones, el 21.7%, es decir, 13 colaboradores, perciben que "casi nunca", mientras que un 33.3%, con 20 colaboradores, perciben que "a veces", un 33.3%, con 20 colaboradores, perciben que "casi siempre", 11.7%, con 7 colaboradores, perciben que "siempre" los grupos de trabajo son eficaces para mantener informado a sus superiores sobre sus peticiones.

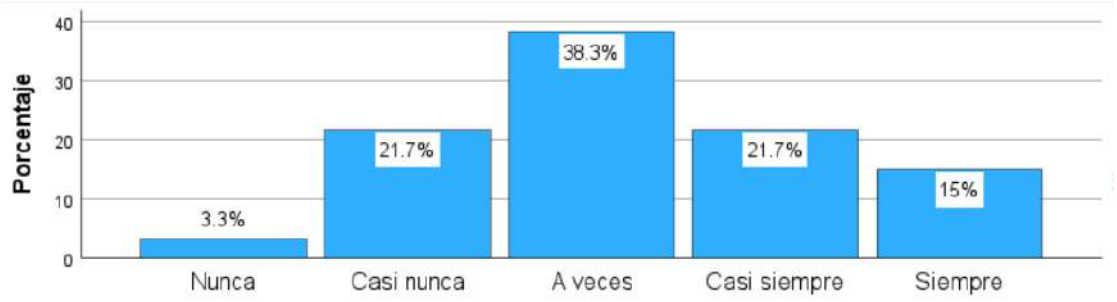
Las peticiones de los obreros, capataces, mandos intermedios

Tabla 13 *Mis jefes escuchan mis peticiones*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	2	3.3	3.3	3.3
	Casi nunca	13	21.7	21.7	25.0
	A veces	23	38.3	38.3	63.3
	Casi siempre	13	21.7	21.7	85.0
	Siempre	9	15.0	15.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 13 *Escuchan las peticiones*



Fuente: Elaborado por las tesistas

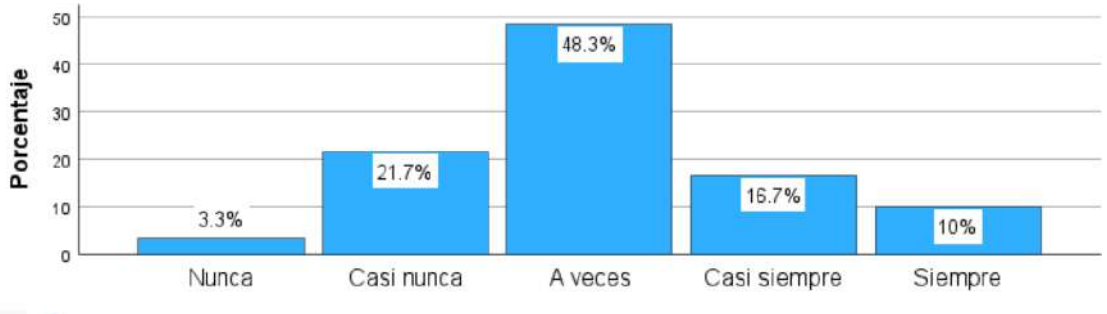
Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 3.3%, es decir, 2 colaboradores, perciben que sus jefes "nunca" escuchan sus peticiones, mientras que un 21.7%, con 13 colaboradores, perciben que "casi nunca", un 38.3%, con 23 colaboradores, perciben que "a veces", el 21.7%, con 13, perciben que "casi siempre" y el 15%, con 9 colaboradores, perciben que "siempre" los comités ayudan a que pueda informar sus requerimientos a sus superiores. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces sus jefes escuchan sus peticiones.

Tabla 14 *Los mandos intermedios ayudan a trasladar mis peticiones*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	2	3.3	3.3	3.3
	Casi nunca	13	21.7	21.7	25.0
	A veces	29	48.3	48.3	73.3
	Casi siempre	10	16.7	16.7	90.0
	Siempre	6	10.0	10.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 14 *Los mandos intermedios ayudan con las peticiones*



Fuente: Elaborado por las tesistas

Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 3.3%, es decir, 2 colaboradores, perciben que los mandos intermedios "nunca" ayudan a trasladar sus peticiones, mientras que un 21.7%, con 13 colaboradores, perciben que "casi nunca", un 48.3%, con 29 colaboradores, perciben que "a veces", el 16.7%, con 10, perciben que "casi siempre" y el 10%, con 6 colaboradores, perciben que "siempre" los mandos intermedios ayudan a trasladar sus peticiones. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces los mandos intermedios ayudan a trasladar sus peticiones.

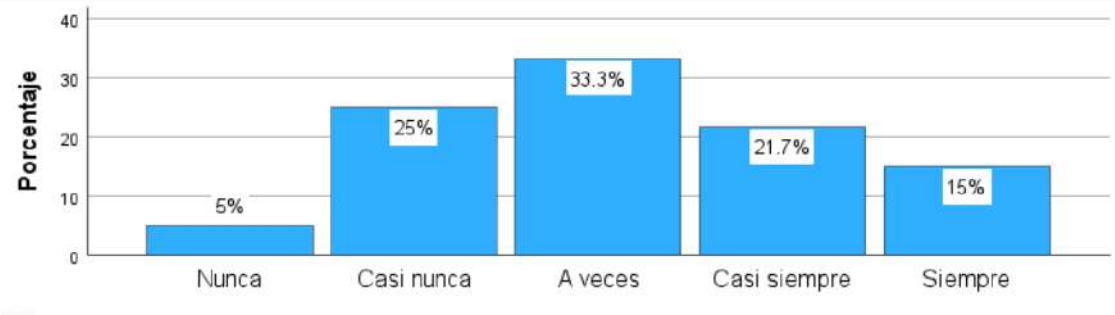
Los estudios, dictámenes, informes

Tabla 15 *Presento informes a mis superiores sobre mis requerimientos*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	3	5.0	5.0	5.0
	Casi nunca	15	25.0	25.0	30.0
	A veces	20	33.3	33.3	63.3
	Casi siempre	13	21.7	21.7	85.0
	Siempre	9	15.0	15.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 15 *Presento informes sobre requerimientos*



Fuente: Elaborado por las tesistas

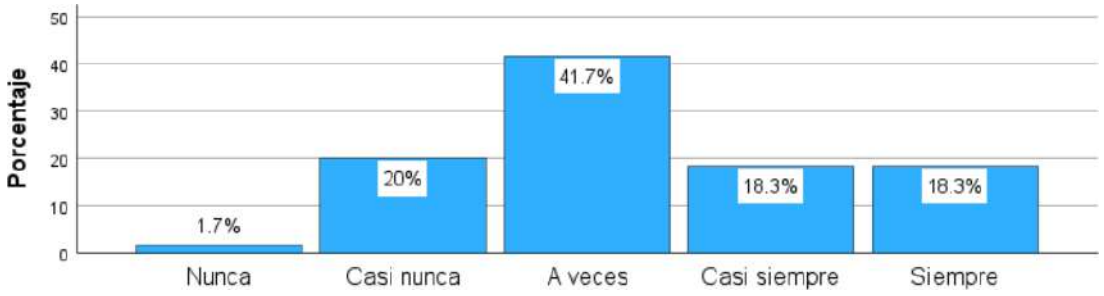
Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 3.3%, es decir, 2 colaboradores, perciben que los mandos intermedios "nunca" ayudan a trasladar sus peticiones, mientras que un 21.7%, con 13 colaboradores, perciben que "casi nunca", un 48.3%, con 29 colaboradores, perciben que "a veces", el 16.7%, con 10 colaboradores, perciben que "casi siempre" y el 10%, con 6 colaboradores, perciben que "siempre" los mandos intermedios ayudan a trasladar sus peticiones. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces los mandos intermedios ayudan a trasladar sus peticiones.

Tabla 16 *Los informes son eficaces para comunicarme con mis superiores*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	1	1.7	1.7	1.7
	Casi nunca	12	20.0	20.0	21.7
	A veces	25	41.7	41.7	63.3
	Casi siempre	11	18.3	18.3	81.7
	Siempre	11	18.3	18.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 16 *Los informes son eficaces para comunicarme*



Fuente: Elaborado por las tesistas

Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 1.7%, es decir, un colaborador percibe que los informes "nunca" son eficaces para comunicarse con sus superiores, mientras que un 20%, con 12 colaboradores, perciben que "casi nunca", un 41.7%, con 25 colaboradores, perciben que "a veces", el 18.3%, con 11 colaboradores, perciben que "casi siempre" y el 18.3%, con 11 colaboradores, perciben que "siempre" los informes son eficaces para comunicarse con sus superiores. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces los informes son eficaces para comunicarse con sus superiores.

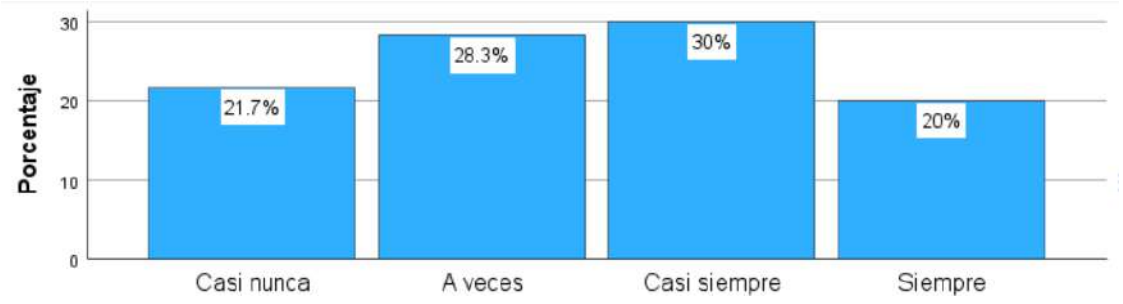
Las entrevistas

Tabla 17 *Las entrevistas generan una mejor relación con mis superiores*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Casi nunca	13	21.7	21.7	21.7
	A veces	17	28.3	28.3	50.0
	Casi siempre	18	30.0	30.0	80.0
	Siempre	12	20.0	20.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 17 *Las entrevistas ayudan a tener una mejor relación*



Fuente: Elaborado por las tesistas

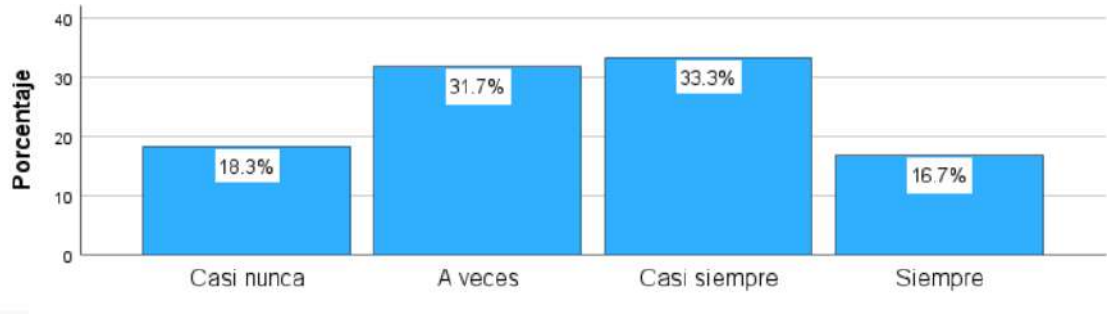
Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: Ningún colaborador siente que las entrevistas "nunca" generan una mejor relación con mis superiores, el 21.7%, es decir, 13 colaboradores, perciben que "casi nunca", mientras que un 28.3%, con 17 colaboradores, perciben que "a veces", un 30%, con 18 colaboradores, perciben que "casi siempre", 20%, con 12 colaboradores, perciben que "siempre" las entrevistas generan una mejor relación con mis superiores. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que casi siempre las entrevistas generan una mejor relación con sus superiores.

Tabla 18 *Las entrevistas con mis superiores son más eficaces que los informes*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Casi nunca	11	18.3	18.3	18.3
	A veces	19	31.7	31.7	50.0
	Casi siempre	20	33.3	33.3	83.3
	Siempre	10	16.7	16.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 18 *Las entrevistas son más eficaces que los informes*



Fuente: Elaborado por las tesistas

Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: Ningún colaborador cree que las entrevistas con sus superiores "nunca" son más eficaces que los informes, el 18.3%, es decir, 11 colaboradores, perciben que "casi nunca", mientras que un 31.7%, con 19 colaboradores, perciben que "a veces", un 33.3%, con 20 colaboradores, perciben que "casi siempre", 16.7%, con 10 colaboradores, perciben que "siempre" las entrevistas con sus superiores son más eficaces que los informes. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que casi siempre las entrevistas con sus superiores son más eficaces que los informes.

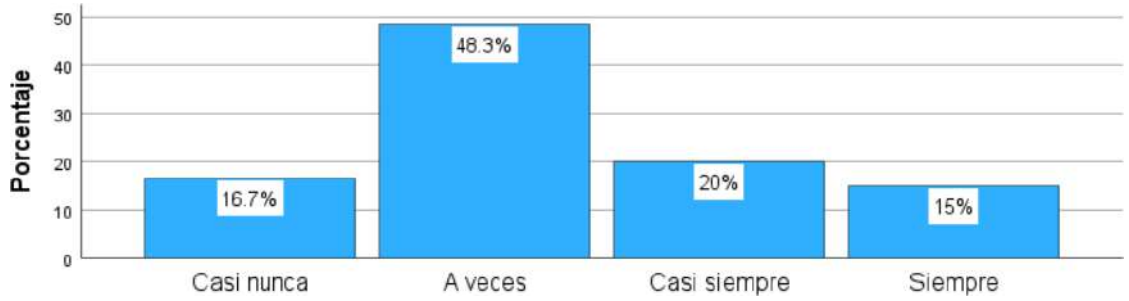
Reuniones entre los diferentes departamentos

Tabla 19 *Las reuniones entre las diferentes áreas de trabajo son habituales*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Casi nunca	10	16.7	16.7	16.7
	A veces	29	48.3	48.3	65.0
	Casi siempre	12	20.0	20.0	85.0
	Siempre	9	15.0	15.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 19 *Las reuniones son habituales*



Fuente: Elaborado por las tesistas

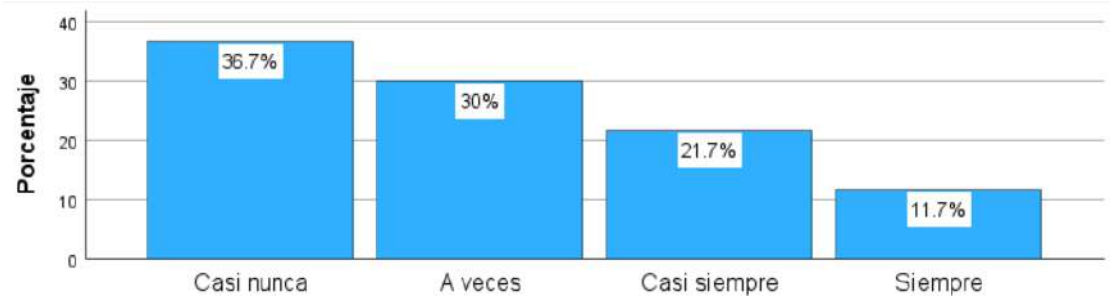
Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: Ningún colaborador cree que las reuniones entre las diferentes áreas de trabajo "nunca" son habituales, el 16.7%, es decir, 10 colaboradores perciben que "casi nunca", mientras que un 48.3%, con 29 colaboradores, perciben que "a veces", un 20%, con 12 colaboradores, perciben que "casi siempre", 15%, con 9 colaboradores, perciben que "siempre" las reuniones entre las diferentes áreas de trabajo son habituales. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces las reuniones entre las diferentes áreas de trabajo son habituales

Tabla 20 *Las reuniones entre las diferentes áreas se llevan a cabo dentro de la entidad*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Casi nunca	22	36.7	36.7	36.7
	A veces	18	30.0	30.0	66.7
	Casi siempre	13	21.7	21.7	88.3
	Siempre	7	11.7	11.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 20 *Las reuniones se llevan a cabo dentro de la entidad*



Fuente: Elaborado por las tesistas

Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: Ningún colaborador percibe que las reuniones entre las diferentes áreas "nunca" se llevan a cabo dentro de la entidad, el 36.7%, es decir, 22 colaboradores, perciben que "casi nunca", mientras que un 30%, con 18 colaboradores, perciben que "a veces", un 21.7%, con 13 colaboradores, perciben que "casi siempre", 11.7%, con 7 colaboradores, perciben que "siempre" las reuniones entre las diferentes áreas se llevan a cabo dentro de la entidad. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que casi nunca las reuniones entre las diferentes áreas se llevan a cabo dentro de la entidad.

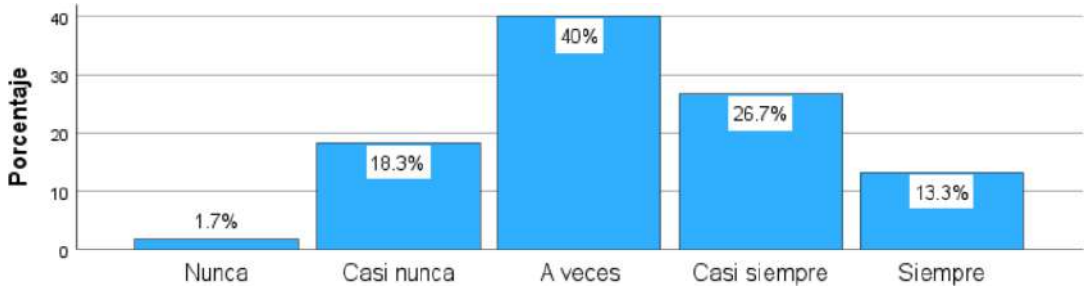
Comisiones que se forman para tratar temas específicos

Tabla 21 *Las comisiones que se forman para tratar temas específicos se eligen por votación*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	1	1.7	1.7	1.7
	Casi nunca	11	18.3	18.3	20.0
	A veces	24	40.0	40.0	60.0
	Casi siempre	16	26.7	26.7	86.7
	Siempre	8	13.3	13.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 21 *Las comisiones que se forman se eligen por votación*



Fuente: Elaborado por las tesistas

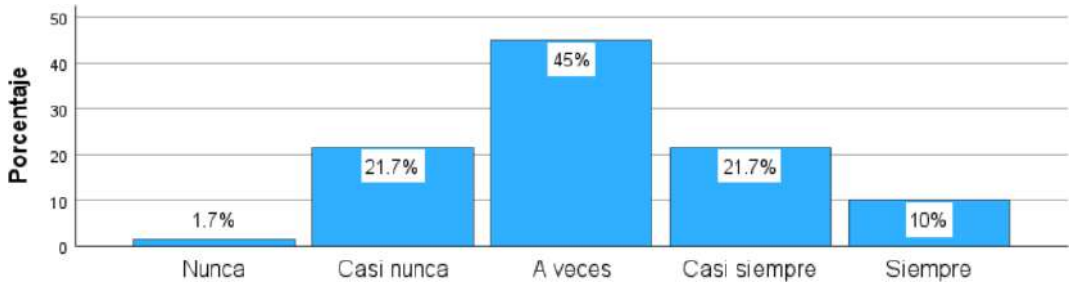
Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 1.7%, es decir, un colaborador, percibe que las comisiones que se forman para tratar temas específicos "nunca" se eligen por votación, mientras que un 18.3%, con 11 colaboradores, perciben que "casi nunca", un 40%, con 24 colaboradores, perciben que "a veces", el 26.7%, con 16 colaboradores, perciben que "casi siempre" y el 13.3%, con 8 colaboradores, perciben que "siempre" las comisiones que se forman para tratar temas específicos se eligen por votación. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces las comisiones que se forman para tratar temas específicos se eligen por votación.

Tabla 22 *Las comisiones que se forman para tratar temas específicos son asiduas*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	1	1.7	1.7	1.7
	Casi nunca	13	21.7	21.7	23.3
	A veces	27	45.0	45.0	68.3
	Casi siempre	13	21.7	21.7	90.0
	Siempre	6	10.0	10.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 22 *Las comisiones que se forman son asiduas*



Fuente: Elaborado por las tesistas

Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 1.7%, es decir, un colaborador, percibe que las comisiones que se forman para tratar temas específicos "nunca" son asiduas, mientras que un 21.7%, con 13 colaboradores, perciben que "casi nunca", un 45%, con 27 colaboradores, perciben que "a veces", el 21.7%, con 13 colaboradores, perciben que "casi siempre" y el 10%, con 6 colaboradores, perciben que "siempre" las comisiones que se forman para tratar temas específicos son asiduas. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces las comisiones que se forman para tratar temas específicos son asiduas.

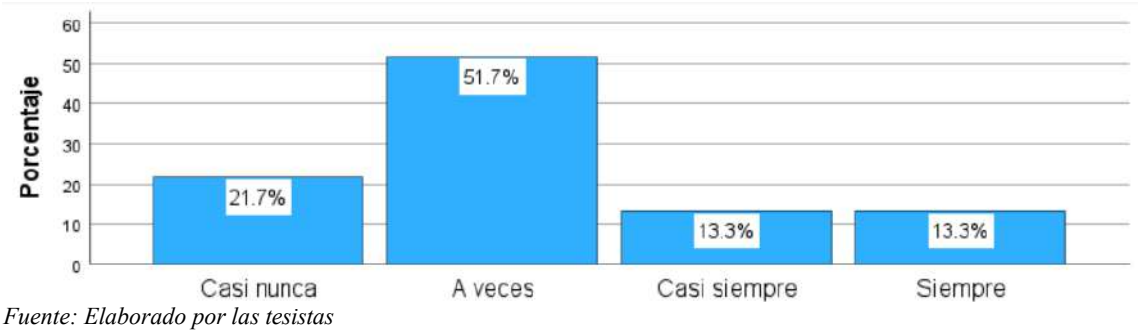
Seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse

Tabla 23 *La entidad realiza seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Casi nunca	13	21.7	21.7	21.7
	A veces	31	51.7	51.7	73.3
	Casi siempre	8	13.3	13.3	86.7
	Siempre	8	13.3	13.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 23 *La entidad realiza seminarios para que los colaboradores puedan relacionarse*



Fuente: Elaborado por las tesistas

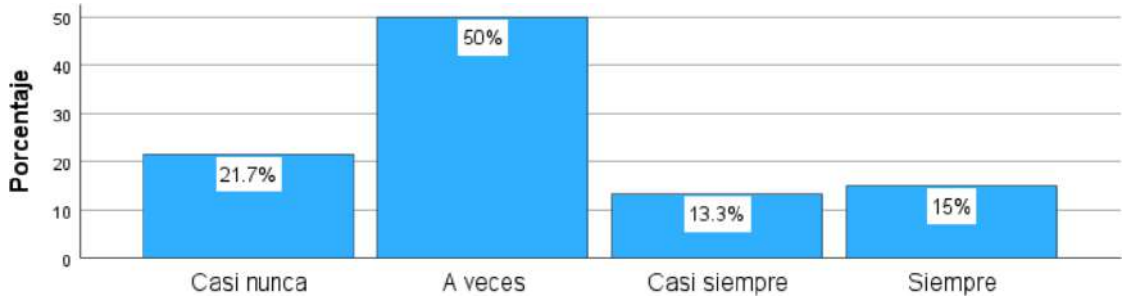
Interpretación: Después de la aplicar la encuesta al 100% de la población: Ningún colaborador cree que la entidad "nunca" realiza seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse, el 21.7%, es decir, 13 colaboradores, perciben que "casi nunca", mientras que un 51.7%, con 31 colaboradores, perciben que "a veces", un 13.3%, con 8 colaboradores, perciben que "casi siempre", 13.3%, con 8 colaboradores, perciben que "siempre" la entidad realiza seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces la entidad realiza seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse.

Tabla 24 *Los seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse son usuales*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Casi nunca	13	21.7	21.7	21.7
	A veces	30	50.0	50.0	71.7
	Casi siempre	8	13.3	13.3	85.0
	Siempre	9	15.0	15.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 24 *Los seminarios para que los colaboradores puedan relacionarse son usuales*



Fuente: Elaborado por las tesistas

Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: Ningún colaborador cree que los seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse "nunca" son usuales, el 21.7%, es decir, 13 colaboradores, perciben que "casi nunca", mientras que un 50%, con 30 colaboradores, perciben que "a veces", un 13.3%, con 8 colaboradores, perciben que "casi siempre", 15%, con 9 colaboradores, perciben que "siempre" los seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse son usuales. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces los seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse son usuales.

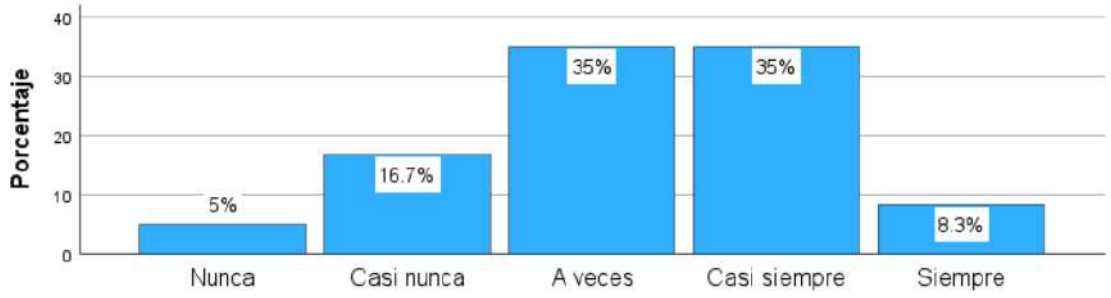
Comunicaciones telefónicas

Tabla 25 *Los colaboradores tienen comunicaciones telefónicas en el desarrollo de sus labores*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	3	5.0	5.0	5.0
	Casi nunca	10	16.7	16.7	21.7
	A veces	21	35.0	35.0	56.7
	Casi siempre	21	35.0	35.0	91.7
	Siempre	5	8.3	8.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 25 *Los colaboradores tienen comunicaciones telefónicas en sus labores*



Fuente: Elaborado por las tesistas

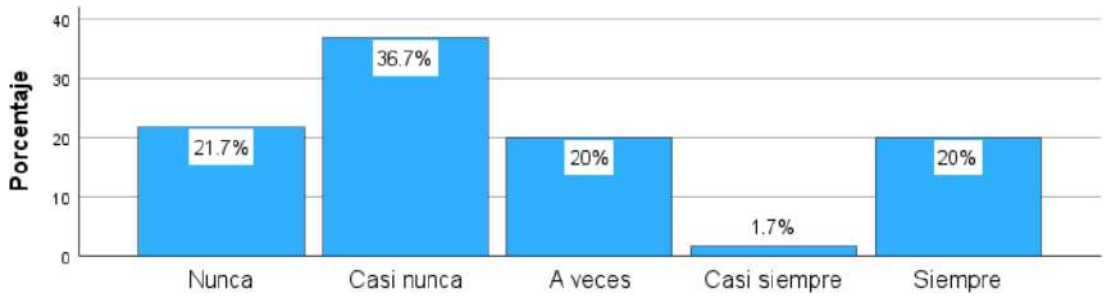
Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 1.7% es decir, un colaborador, percibe que las comisiones que se forman para tratar temas específicos "nunca" son asiduas, mientras que un 21.7%, con 13 colaboradores, perciben que "casi nunca", un 45%, con 27 colaboradores, perciben que "a veces", el 21.7%, con 13 colaboradores, perciben que "casi siempre" y el 10%, con 6 colaboradores, perciben que "siempre" las comisiones que se forman para tratar temas específicos son asiduas. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben que a veces las comisiones que se forman para tratar temas específicos son asiduas.

Tabla 26 *La entidad paga algún servicio telefónico para el uso en las labores diarias*

		Frecuenc.	Porcent.	Porcent. válido	Porcent. acumulado
Válido	Nunca	13	21.7	21.7	21.7
	Casi nunca	22	36.7	36.7	58.3
	A veces	12	20.0	20.0	78.3
	Casi siempre	1	1.7	1.7	80.0
	Siempre	12	20.0	20.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Figura 26 *La entidad paga el servicio telefónico para el uso en las labores*



Fuente: Elaborado por las tesistas

Interpretación: Después de aplicar la encuesta al 100% de la población: El 21.7%, es decir, 13 colaboradores, perciben que la entidad "nunca" paga algún servicio telefónico para el uso en las labores diarias, mientras que un 36.7%, con 22 colaboradores, perciben que "casi nunca", un 20%, con 12 colaboradores, perciben que "a veces", el 1.7%, con un colaborador, percibe que "casi siempre" y el 20%, con 12 colaboradores, perciben que "siempre" la entidad paga algún servicio telefónico para el uso en las labores diarias. Es decir, la mayoría de colaboradores perciben casi nunca la entidad paga algún servicio telefónico para el uso en las labores.

4.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis estadística de investigación:

Hi: La percepción de la comunicación interna en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023, es regular.

Ho: La percepción de la comunicación interna en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023, no es regular.

Tabla 27

Percepción de la comunicación interna

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	0	0%
	Regular	45	75%
	Alto	15	25%
	Total	60	100%

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Interpretación: Los resultados obtenidos de los 60 trabajadores encuestados demuestran que, el 75% es el mayor porcentaje, lo que corresponde a un nivel regular, por ende, existe evidencia para aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula, es decir, la percepción de la comunicación interna en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023, es regular.

Hipótesis estadística especifica 1:

Hi: La percepción de la comunicación descendente en los colaboradores de la unidad de gestión educativa local N°10, Huaral - 2023, es mala.

Ho: La percepción de la comunicación descendente en los colaboradores de la unidad de gestión educativa local N°10, Huaral - 2023, no es mala.

Tabla 28

Percepción de la comunicación interna descendente

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	5	8%
	Regular	38	63%
	Alto	17	28%
	Total	60	100%

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Interpretación: Los resultados obtenidos de los 60 trabajadores encuestados demuestran que, el 63% es el mayor porcentaje, lo que corresponde a un nivel regular, por ende, existe evidencia para aceptar la hipótesis nula y rechazar la hipótesis alterna, es decir, la percepción de la comunicación descendente en los colaboradores de la unidad de gestión educativa local N°10, Huaral - 2023, no es mala.

Hipótesis estadística especifica 2:

Hi: La percepción de la comunicación ascendente en los colaboradores de la unidad de gestión educativa local N°10, Huaral - 2023, es regular.

Ho: La percepción de la comunicación ascendente en los colaboradores de la unidad de gestión educativa local N°10, Huaral - 2023, no es regular.

Tabla 29

Percepción de la comunicación interna ascendente

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	6	10%
	Regular	37	62%
	Alto	17	28%
	Total	60	100%

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Interpretación: Los resultados obtenidos de los 60 trabajadores encuestados demuestran que, el 62% es el mayor porcentaje, lo que corresponde a un nivel regular, por ende, existe evidencia para aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula, es decir, la percepción de la comunicación ascendente en los colaboradores de la unidad de gestión educativa local N°10, Huaral - 2023, es regular.

Hipótesis estadística especifica 3:

Hi: La percepción de la comunicación horizontal en los colaboradores de la unidad de gestión educativa local N°10, Huaral - 2023, es regular.

Ho: La percepción de la comunicación horizontal en los colaboradores de la unidad de gestión educativa local N°10, Huaral - 2023, no es regular.

Tabla 30

Percepción de la comunicación interna horizontal

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	3	5%
	Regular	44	73%
	Alto	13	22%
	Total	60	100%

Fuente: Cuestionario elaborado por las tesistas

Interpretación: Los resultados obtenidos de los 60 trabajadores encuestados demuestran que, el 73% es el mayor porcentaje, lo que corresponde a un nivel regular, por ende, existe evidencia para aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula, es decir, la percepción de la comunicación horizontal en los colaboradores de la unidad de gestión educativa local N°10, Huaral - 2023, es regular.

Capítulo V
DISCUSIÓN

5.1 Discusión

En nuestra investigación hemos encontrado que de los 60 colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, el 75% de encuestados reportaron una percepción regular de la comunicación interna, resultado muy distinto al de Huamán y Villanueva (2022) en su investigación "Comunicación interna en los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022" donde se concluyó que el 44% de encuestaos percibe la comunicación interna de forma negativa.

Respecto a la dimensión comunicación interna descendente hemos encontrado que, de los 60 colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, el 63% de los encuestados reportaron un nivel regular, estos resultados son similares al de Velarde y Trinidad (2023) en su investigación titulada "La comunicación interna en los colaboradores administrativos del hospital de chancay, 2022", donde se concluyó que el 53.7% de encuestados percibe la comunicación horizontal de manera regular debido a que en ocasiones las altas jerarquías institucionales comunican al personal administrativos representaciones externas dentro de las funciones de la empresa, además, las jefaturas recuerdan frecuentemente las normas institucionales.

Acerca de la dimensión comunicación interna ascendente, hemos encontrado que, de los 60 colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, el 62% manifiesta que existe una percepción regular y los colaboradores reconocen que se debe trabajar más en ello, resultado muy distinto al de Huamán y Villanueva (2022) en su investigación "Comunicación interna en los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022" donde se concluyó que el 58% de encuestaos percibe la comunicación interna de manera negativa.

Respecto a la dimensión comunicación interna horizontal hemos encontrado que, de los 60 colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, el 73% de los encuestados reportaron un nivel regular, estos resultados son similares al de Velarde y Trinidad (2023) en su investigación titulada "La comunicación interna en los colaboradores administrativos del hospital de Chancay, 2022", donde se concluyó que un 83.6% de los encuestados perciben la comunicación interna horizontal de manera regular, esto ocurre por el desarrollo

periódico de reuniones para coordinación, asimismo, se nota una aislada participación de las diversas áreas laborales en actividades o campañas organizadas por el Ministerio de Salud o la DIRESA.

Capítulo VI
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Primera:

Se demostró que, de los 60 colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023, el 75% reportan un nivel medio en cuanto a la percepción de la comunicación interna. Por ende, se llegó a la conclusión que si bien existe comunicación entre todos los colaboradores de la entidad esta no está siendo manejada ni implementada correctamente ya que existen elementos que son carentes por parte de estos mismos.

Segunda:

Se demostró que, de los 60 colaboradores, de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023, el 63% reportaron un nivel medio en cuanto a la percepción de la comunicación interna descendente. Por ende, se llegó a la conclusión que la comunicación dentro de la entidad no está siendo manejada adecuadamente en aspectos relacionados a los cursos de formación y los soportes visuales que brindan información hacia los colaboradores.

Tercera:

Se probó que, de los 60 colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023, el 62% reportaron un nivel medio en cuanto a la percepción de la comunicación interna ascendente. Por ende, se llegó a la conclusión que la comunicación entre los colaboradores y los jefes no es tan eficaz y si bien existen canales para poder canalizar pedidos estos no son eficaces, además de que los colaboradores optan por tener una entrevista con sus jefes a realizar sus pedidos mediante informes.

Cuarta:

Se comprobó que, de los 60 colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10. Huaral – 2023, el 73% reportaron un nivel medio en cuanto a la percepción de la comunicación interna horizontal. Por ende, se llegó a la conclusión que si bien existe una relación de comunicación entre los colaboradores éstos no son tan frecuentes y en mayor medida fuera de la entidad, a su vez que no cuentan en gran medida con servicios telefónicos propios de la entidad.

6.2 Recomendaciones

Primera:

En la Unidad de Gestión Educativa Local N° 10, Huaral – 2023, se presenta un nivel medio de percepción de la comunicación interna. Por lo tanto, debe de reforzarse la comunicación de manera continua y por ello se recomienda hacer una evaluación en toda la entidad para conocer a profundidad los factores que están impidiendo tener una buena percepción de la comunicación interna y después implementar distintas herramientas para mantenerla de forma positiva.

Segunda:

En la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023, se presenta un nivel medio de percepción en cuanto a la comunicación interna descendente, por ello, se debe de poner mayor énfasis en el desarrollo de los cursos de formación para los colaboradores y estos estén actualizados con los temas relacionados a su trabajo. Además de rediseñar los soportes visuales para que la información que se quiera brindar hacia los colaboradores sea más receptiva.

Tercera:

En la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023, se presenta un nivel medio de percepción de la comunicación ascendente, por ello, se debe de implementar y reforzar los medios de comunicación entre los colaboradores y los jefes como el correcto manejo de los informes sobre los requerimientos que se solicitan, así como el tener un espacio para que las entrevistas sean las más adecuadas.

Cuarta:

En la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral, 2023, se presenta un nivel medio de percepción en cuanto a la comunicación interna horizontal, por ello, es fundamental reforzar los distintos canales por los cuales los colaboradores comparten dentro de las instalaciones de la entidad, además de que puedan contar con los servicios telefónicos básicos para el correcto desempeño de su trabajo.

REFERENCIAS

7.1 Fuentes documentales

Ayala, E. (2021) *Estudio de la percepción de los colaboradores de la Secretaria General de Comunicación de la Presidencia de la República, sobre la calidad de la comunicación interna, en el marco de la crisis sanitaria ocasionada por la pandemia covid-19, durante el año 2020 y 2021*. Pontifica Universidad Católica de Ecuador. Ecuador.

Contreras, L. (2019) *Impacto de la comunicación interna en la percepción organizacional de los empleados, caso Falabella Caracolí.* Universidad Pontificia Bolivariana. Colombia.

Huamán, M. y Villanueva, M. (2022) *Comunicación interna en los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América del Sur S.A.C, Huaral – 2022*. Universidad José Faustino Sánchez Carrión. Perú.

Lazo, H. y Rojas, B. (2019) *Percepción de la comunicación organizacional interna de los trabajadores de la DIRESA – Junín y la Red de Salud Valle del Mantaro*. Universidad Nacional del Centro del Perú. Perú.

Trujillo, L. (2017) *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas; 2017.* Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Perú.

Velázquez, Y. (2013) *Diagnóstico de la Comunicación Interna en la Unidad Administrativa Comercial del Ministerio del Interior en la Isla de la Juventud*. Universidad Isla de la Juventud “Jesús Montané Oropesa”. Cuba.

7.2 Fuentes bibliográficas

Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional interna.* España: Gesbiblo,S.L.

Andrade, H. (2017). *Comunicación Organizacional Interna.* México.

Arias, J., Holgado, J., Tafur, T., & Vasquez , M. (2022). *Metodología de la Investigación: El método ARIAS para realizar un proyecto.* Puno: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.

Behar , D. (2008). *Metodología de la investigación.* Shalom 2008.

Carrasco , S. (2005). *Metodología de la investigación cientifica.* Lima: San Marcos.

Chiavenato, I. (2007). *Administración de los recursos humanos (Octava edición).* McGrawHill.

De Castro, A. (2014). *Comunicación Organizacional - Técnicas y estrategias* . Barranquilla: Universidad del Norte.

Fajardo , G., & Nivia , A. (2016). *Relaciones públicas y comunicación organizacional: Ejes de la Comunicación. "Guía de conceptos y saberes".* Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo lozano.

Fernández , D., & Fernández , E. (2017). *Comunicación empresarial y atención al cliente* . Madrid : Ediciones Paraninfo, SA.

Hernández, R., Fernández - Collado, C., & Baptista , P. (2006). *Metodología de la investigación (Cuarta edición).* McGrawHill.

Kerlinger, F., & Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento (Cuarta edición).* McGRAW-Hill.

Ongallo, C. (2007). *Manual de Comunicación.* Madrid : Dykinson.

Puchol , L., & Puchol , I. (2016). *El libro de las habilidades directas* . Ediciones Diaz de Santos .

Ramos , W., Paredes, M., Teran , P., & Lema , L. (2017). *Comunicación Organizacional.* Guayaquil: Ediciones Grupo Compás.

Robbins , S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional (Decimoquinta edición).* México: PEARSON.

7.3 Fuentes hemerográficas

7.4 Fuentes electrónicas

Capriotti, P. (1998). *La Comunicación Interna.* Obtenido de http://www.bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Interna.pdf

Charry, H. (enero/junio de 2018). *SCIELO.* Obtenido de SCIElO Perú: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lang=es

Guamán, K., Hernández, E., & Lloay, S. (Julio de 2020). *SCIELO.* Obtenido de SCIELO PERÚ: http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-265.pdf

Oviedo , G. (Agosto de 2004). *SCIELO.* Obtenido de SCIELO PERÚ: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-885X2004000200010#

Vargas , L. (1994). *Sobre el concepto de percepción.* Obtenido de https://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/view/588/586

Wilhelm, G., Ramírez, F., & Sánchez , M. (2009). *Las Relaciones Públicas: Herramienta fundamental en la creación y mantenimiento de la identidad e imagen corporativa.* Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520478017.pdf

ANEXOS

01 MATRIZ DE CONSISTENCIA

La comunicación interna en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral. 2023					
PROBLEMA	**OBJETIVO**	**HIPÓTESIS**	**VARIABLE**	**DIMENSIONES E INDICADORES**	**METODOLOGÍA**
Problema general ¿Cómo perciben la comunicación interna los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023? **Problemas específicos** ¿Cómo perciben la comunicación interna descendente los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023? ¿Cómo perciben la comunicación interna ascendente los colaboradores de la Unidad de Gestión	**Objetivo general** Demostrar cómo es la percepción de la comunicación interna en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023 **Objetivos específicos** Demostrar cómo es la percepción de la comunicación interna descendente en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023 Demostrar cómo es la comunicación interna ascendente en los	**Hipótesis general** La percepción de la comunicación interna en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023, es regular. **Hipótesis especificas** La percepción de la comunicación descendente en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023, es regular. La percepción de la comunicación ascendente en los	**Variable:** Comunicación interna **Definición conceptual:** La comunicación interna es *contar con la organización para lo que la organización está haciendo.* Es decir, transmitir y hacer partícipe a los colaboradores en lo que la organización hace para que así la comunicación interna pueda fluir de manera correcta. (Capriotti, 199, 8, p. 2)	**Dimensiones:** a) Comunicación descendente b) Comunicación ascendente c) Comunicación horizontal **Indicadores:** a) Comunicación interna descendente -La orden verbal -La nota interna o memorando -Las charlas; conferencias y reuniones informativas -Los cursos y seminarios de formación -Los carteles y posters.	**Tipo de investigación:** básica. **Nivel de investigación:** descriptivo. **Diseño de investigación:** no experimental **Enfoque de investigac ión:** cuantitativo. **Instrumento de recolección de datos:** encuesta teniendo como instrumento a un cuestionario con 26 ítems. **Población:** 60 colaboradores

Educativa Local N°10, Huaral – 2023? ¿Cómo perciben la comunicación interna horizontal los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023?	colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023 Demostrar cómo es la percepción de la comunicación interna horizontal los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral - 2023	colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023, es mala. La percepción de la comunicación horizontal en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023, es regular.		b) Comunicación interna ascendente -Los distintos comités y grupos de trabajo que se pueden formar en la empresa -Las peticiones de los obreros, capataces, mandos intermedios -Los estudios, dictámenes, informes -Las entrevistas c) Comunicación interna horizontal -Reuniones entre los diferentes departamentos -Comisiones que se forman para tratar temas específicos -Seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse -Comunicaciones telefónicas	**Muestra:** Se tomó al total de la población por ser pequeña y exacta.

02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

ESCUELA PROFESIONAL CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ENCUESTA

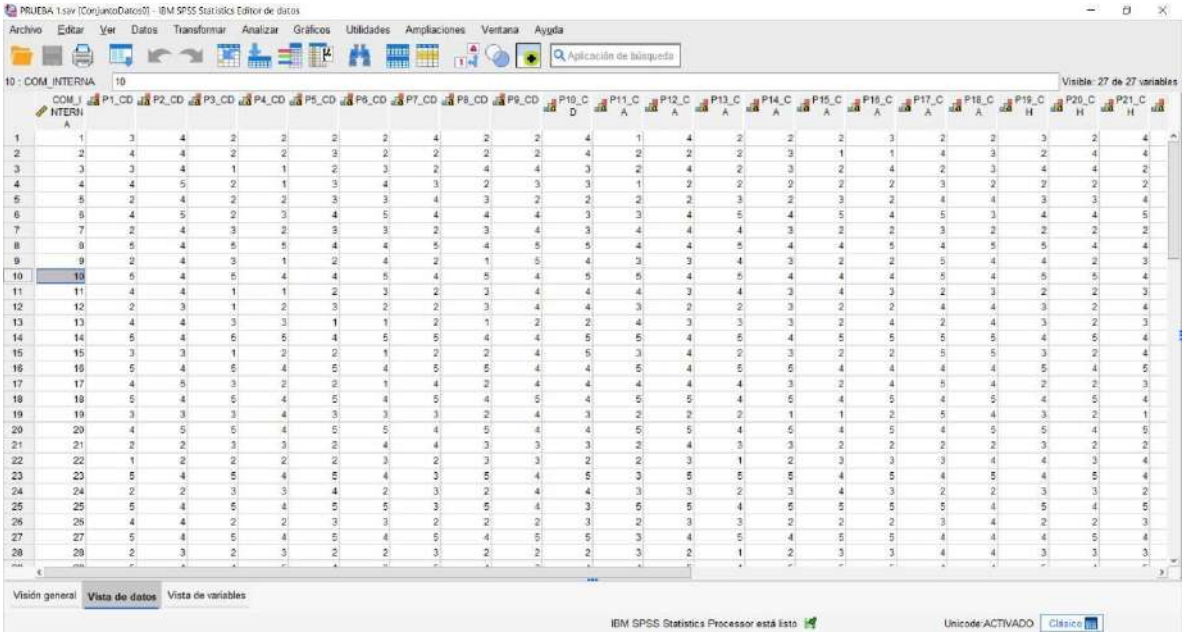
El presente cuestionario tiene como finalidad recaudar información necesaria para nuestra investigación: La comunicación interna en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023. Agradecemos su sinceridad. Marque con una (X) solo una alternativa según corresponda.

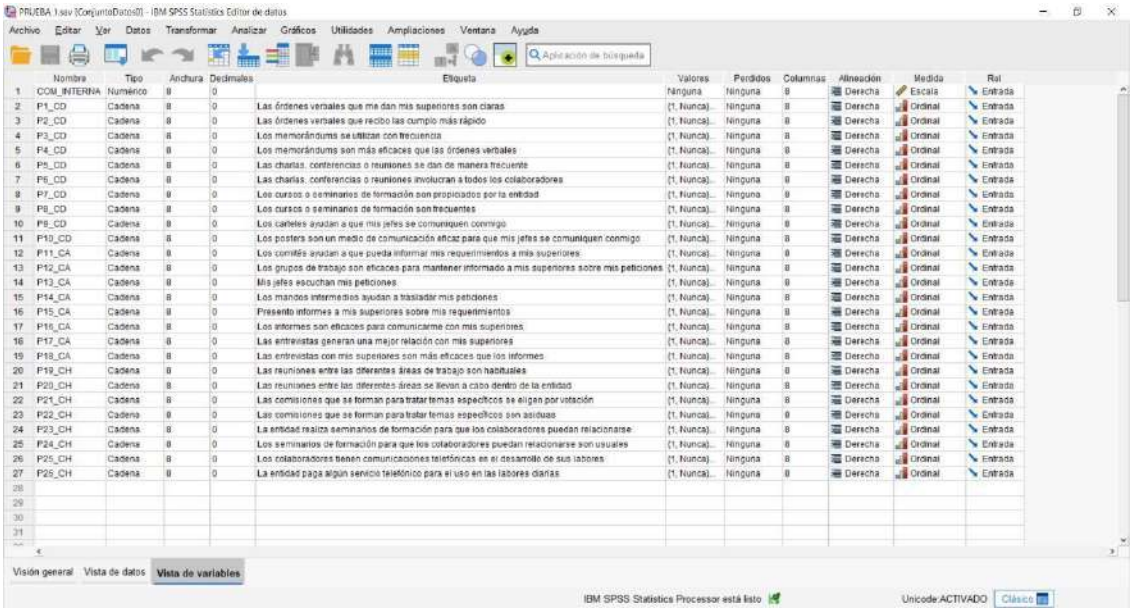
1	2	3	4	5
N	**CN**	**AV**	**CS**	**S**
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

	ÍTEM	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
1. COMUNICACIÓN INTERNA DESCENDENTE						
LA ORDEN VERBAL						
1	Las órdenes verbales que me dan mis superiores son claras.					
2	Las órdenes verbales que recibo las cumplo más rápido.					
LA NOTA INTERNA O MEMORANDO						
3	Los memorándums se utilizan con frecuencia.					
4	Los memorándums son más eficaces que las órdenes verbales.					
LAS CHARLAS; CONFERENCIAS Y REUNIONES INFORMATIVAS						
5	Las charlas, conferencias o reuniones se dan de manera frecuente.					
6	Las charlas, conferencias o reuniones involucran a todos los colaboradores.					
LOS CURSOS Y SEMINARIOS DE FORMACIÓN						
7	Los cursos o seminarios de formación son propiciados por la entidad.					
8	Los cursos o seminarios de formación son frecuentes.					
LOS CARTELES Y POSTERS						
9	Los carteles ayudan a que mis jefes se comuniquen conmigo.					
10	Los posters son un medio de comunicación eficaz para que mis jefes se comuniquen conmigo.					

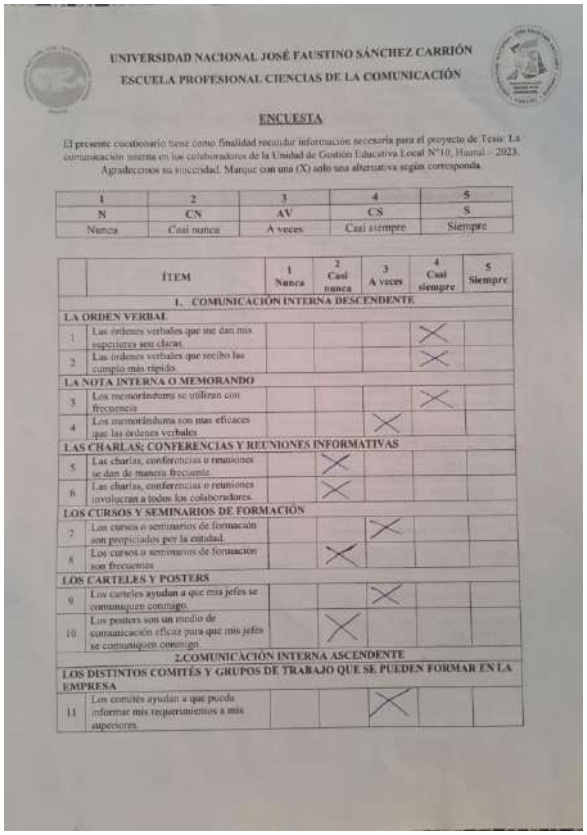
2.COMUNICACIÓN INTERNA ASCENDENTE						
LOS DISTINTOS COMITÉS Y GRUPOS DE TRABAJO QUE SE PUEDEN FORMAR EN LA EMPRESA						
11	Los comités ayudan a que pueda informar mis requerimientos a mis superiores.					
12	Los grupos de trabajo son eficaces para mantener informado a mis superiores sobre mis peticiones.					
LAS PETICIONES DE LOS OBREROS, CAPATACES, MANDOS INTERMEDIOS						
13	Mis jefes escuchan mis peticiones.					
14	Los mandos intermedios ayudan a trasladar mis peticiones.					
LOS ESTUDIOS, DICTÁMENES, INFORMES						
15	Presento informes a mis superiores sobre mis requerimientos.					
16	Los informes son eficaces para comunicarme con mis superiores.					
LAS ENTREVISTAS						
17	Las entrevistas generan una mejor relación con mis superiores.					
18	Las entrevistas con mis superiores son más eficaces que los informes.					
3.COMUNICACIÓN INTERNA HORIZONTAL						
REUNIONES ENTRE LOS DIFERENTES DEPARTAMENTOS						
19	Las reuniones entre las diferentes áreas de trabajo son habituales.					
20	Las reuniones entre las diferentes áreas se llevan a cabo dentro de la entidad.					
COMISIONES QUE SE FORMAN PARA TRATAR TEMAS ESPECÍFICOS						
21	Las comisiones que se forman para tratar temas específicos se eligen por votación.					
22	Las comisiones que se forman para tratar temas específicos son asiduas.					
SEMINARIOS DE FORMACIÓN PARA QUE LOS COLABORADORES PUEDAN RELACIONARSE						
23	La entidad realiza seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse.					
24	Los seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse son usuales.					
COMUNICACIONES TELEFÓNICAS						
25	Los colaboradores tienen comunicaciones telefónicas en el desarrollo de sus labores.					
26	La entidad paga algún servicio telefónico para el uso en las labores diarias.					

03 TRABAJO ESTADÍSTICO DESARROLLADO





04 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

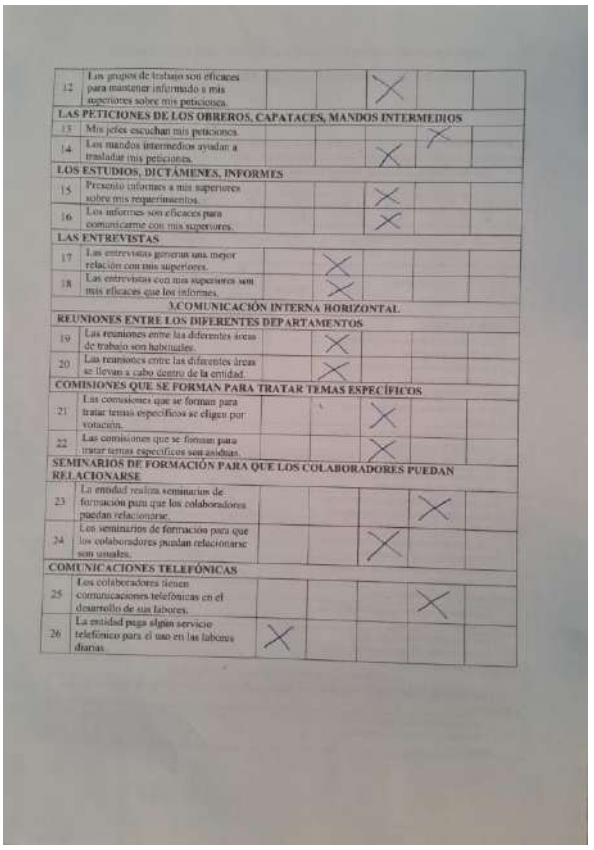
ESCUELA PROFESIONAL CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ENCUESTA

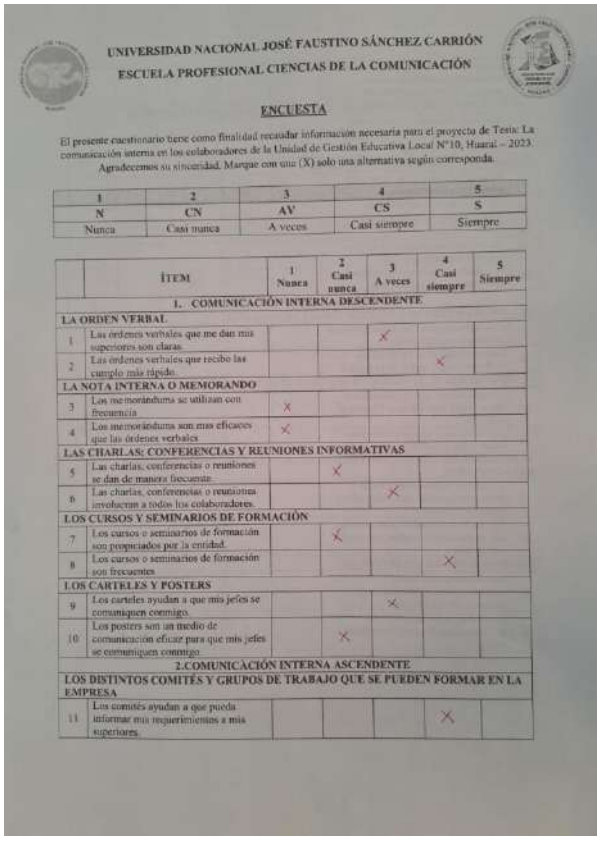
El presente cuestionario tiene como finalidad recaudar información necesaria para el proyecto de Tesis: La comunicación interna en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023. Agradecemos su sinceridad. Marque con una (X) solo una alternativa según corresponda.

1	2	3	4	5
N	CN	AV	CS	S
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

	ÍTEM	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
	1. COMUNICACIÓN INTERNA DESCENDENTE					
	LA ORDEN VERBAL					
1	Las órdenes verbales que me dan mis superiores son claras.				X	
2	Las órdenes verbales que recibo las cumplo más rápido.				X	
	LA NOTA INTERNA O MEMORANDO					
3	Los memorándums se utilizan con frecuencia.				X	
4	Los memorándums son más eficaces que las órdenes verbales.			X		
	LAS CHARLAS; CONFERENCIAS Y REUNIONES INFORMATIVAS					
5	Las charlas, conferencias o reuniones se dan de manera frecuente.		X			
6	Las charlas, conferencias o reuniones involucran a todos los colaboradores.		X			
	LOS CURSOS Y SEMINARIOS DE FORMACIÓN					
7	Los cursos o seminarios de formación son propiciados por la entidad.			X		
8	Los cursos o seminarios de formación son frecuentes.			X		
	LOS CARTELES Y POSTERS					
9	Los carteles ayudan a que mis jefes se comuniquen conmigo.			X		
10	Los posters son un medio de comunicación eficaz para que mis jefes se comuniquen conmigo.			X		
	2.COMUNICACIÓN INTERNA ASCENDENTE					
	LOS DISTINTOS COMITÉS Y GRUPOS DE TRABAJO QUE SE PUEDEN FORMAR EN LA EMPRESA					
11	Los comités ayudan a que pueda informar mis requerimientos a mis superiores.			X		



12	Los grupos de trabajo son eficaces para mantener informado a mis superiores sobre mis peticiones.				X	
	LAS PETICIONES DE LOS OBREROS, CAPATACES, MANDOS INTERMEDIOS					
13	Mis jefes escuchan mis peticiones.					X
14	Los mandos intermedios ayudan a trasladar mis peticiones.				X	
	LOS ESTUDIOS, DICTÁMENES, INFORMES					
15	Presento informes a mis superiores sobre mis requerimientos.				X	
16	Los informes son eficaces para comunicarme con mis superiores.				X	
	LAS ENTREVISTAS					
17	Las entrevistas generan una mejor relación con mis superiores.			X		
18	Las entrevistas con mis superiores son más eficaces que los informes.			X		
	3.COMUNICACIÓN INTERNA HORIZONTAL					
	REUNIONES ENTRE LOS DIFERENTES DEPARTAMENTOS					
19	Las reuniones entre las diferentes áreas de trabajo son habituales.			X		
20	Las reuniones entre las diferentes áreas se llevan a cabo dentro de la entidad.			X		
	COMISIONES QUE SE FORMAN PARA TRATAR TEMAS ESPECÍFICOS					
21	Las comisiones que se forman para tratar temas específicos se eligen por votación.				X	
22	Las comisiones que se forman para tratar temas específicos son asiduas.				X	
	SEMINARIOS DE FORMACIÓN PARA QUE LOS COLABORADORES PUEDAN RELACIONARSE					
23	La entidad realiza seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse.					X
24	Los seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse son usuales.				X	
	COMUNICACIONES TELEFÓNICAS					
25	Los colaboradores tienen comunicaciones telefónicas en el desarrollo de sus labores.					X
26	La entidad paga algún servicio telefónico para el uso en las labores diarias.	X				



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

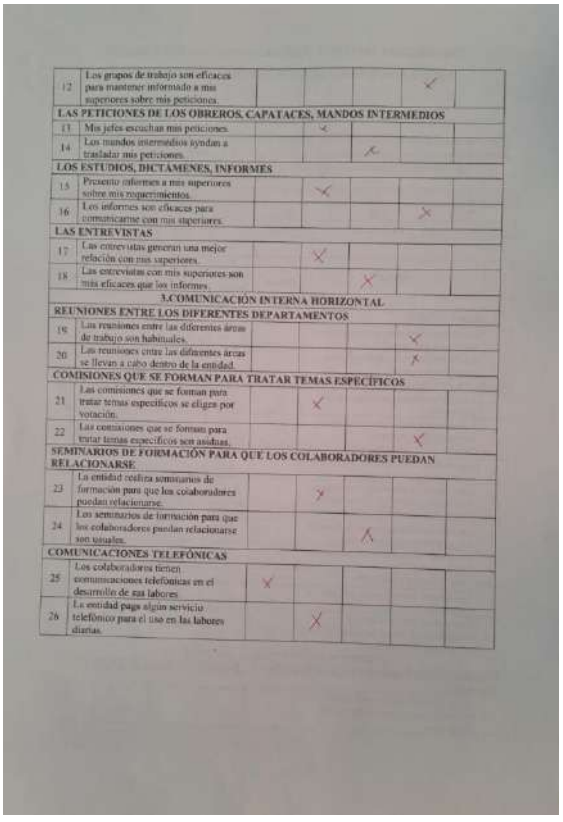
ESCUELA PROFESIONAL CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ENCUESTA

El presente cuestionario tiene como finalidad recaudar información necesaria para el proyecto de Tesis: La comunicación interna en los colaboradores de la Unidad de Gestión Educativa Local N°10, Huaral – 2023. Agradecemos su sinceridad. Marque con una (X) solo una alternativa según corresponda.

1	2	3	4	5
N	CN	AV	CS	S
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

	ÍTEM	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
	1. COMUNICACIÓN INTERNA DESCENDENTE					
	LA ORDEN VERBAL					
1	Las órdenes verbales que me dan mis superiores son claras.			X		
2	Las órdenes verbales que recibo las cumplo más rápido.				X	
	LA NOTA INTERNA O MEMORANDO					
3	Los memorándums se utilizan con frecuencia.	X				
4	Los memorándums son más eficaces que las órdenes verbales.	X				
	LAS CHARLAS; CONFERENCIAS Y REUNIONES INFORMATIVAS					
5	Las charlas, conferencias o reuniones se dan de manera frecuente.		X			
6	Las charlas, conferencias o reuniones involucran a todos los colaboradores.			X		
	LOS CURSOS Y SEMINARIOS DE FORMACIÓN					
7	Los cursos o seminarios de formación son propiciados por la entidad.		X			
8	Los cursos o seminarios de formación son frecuentes				X	
	LOS CARTELES Y POSTERS					
9	Los carteles ayudan a que mis jefes se comuniquen conmigo.			X		
10	Los posters son un medio de comunicación eficaz para que mis jefes se comuniquen conmigo.		X			
	2.COMUNICACIÓN INTERNA ASCENDENTE					
	LOS DISTINTOS COMITÉS Y GRUPOS DE TRABAJO QUE SE PUEDEN FORMAR EN LA EMPRESA					
11	Los comités ayudan a que pueda informar mis requerimientos a mis superiores.				X	



12	Los grupos de trabajo son eficaces para mantener informado a mis superiores sobre mis peticiones.				X	
	LAS PETICIONES DE LOS OBREROS, CAPATACES, MANDOS INTERMEDIOS					
13	Mis jefes escuchan mis peticiones.			X		
14	Los mandos intermedios ayudan a trasladar mis peticiones.			X		
	LOS ESTUDIOS, DICTÁMENES, INFORMES					
15	Presento informes a mis superiores sobre mis requerimientos.			X		
16	Los informes son eficaces para comunicarme con mis superiores.				X	
	LAS ENTREVISTAS					
17	Las entrevistas generan una mejor relación con mis superiores.		X			
18	Las entrevistas con mis superiores son más eficaces que los informes.			X		
	3.COMUNICACIÓN INTERNA HORIZONTAL					
	REUNIONES ENTRE LOS DIFERENTES DEPARTAMENTOS					
19	Las reuniones entre las diferentes áreas de trabajo son habituales.				X	
20	Las reuniones entre las diferentes áreas se llevan a cabo dentro de la entidad.				X	
	COMISIONES QUE SE FORMAN PARA TRATAR TEMAS ESPECÍFICOS					
21	Las comisiones que se forman para tratar temas específicos se eligen por votación.		X			
22	Las comisiones que se forman para tratar temas específicos son asiduas.				X	
	SEMINARIOS DE FORMACIÓN PARA QUE LOS COLABORADORES PUEDAN RELACIONARSE					
23	La entidad realiza seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse.		X			
24	Los seminarios de formación para que los colaboradores puedan relacionarse son usuales.			X		
	COMUNICACIONES TELEFÓNICAS					
25	Los colaboradores tienen comunicaciones telefónicas en el desarrollo de sus labores.	X				
26	La entidad paga algún servicio telefónico para el uso en las labores diarias.		X			