



ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

**“AMBIENTE LABORAL Y LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LOS
COLABORADORES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ-
2017”**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA SOCIAL**

AUTOR:

KARIM GRACE OBREGÓN NICOLÁS

ASESORA:

DRA. ALICIA ALIAGA PACORA

JURADO:

DRA. YONI YOLANDA CÁCERES DÍAZ

DR. JUAN JULIO ROJAS ELERA

DR. FRANCISCO VILLANUEVA TAPIA

LIMA – PERÚ

2019

- **TÍTULO:**

AMBIENTE LABORAL Y LA COMUNICACIÓN INTERNA
DE LOS COLABORADORES DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA DEL PERÚ- 2017

- **AUTOR:**

KARIM GRACE OBREGÓN NICOLÁS

- **ASESORA:**

DRA. ALICIA ALIAGA PACORA

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres.

Por los ejemplos de perseverancia y constancia que los caracterizan y que me han infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

A mis mellizos.

Por quienes hago todo esfuerzo posible por salir adelante, agradeciendo todos los días por su ser y compañía. Esto es por ellos; por darles un mejor futuro.

AGRADECIMIENTOS

- *Mi agradecimiento a todas las personas que compartieron sus conocimientos conmigo para la culminación de esta tesis.*
- *A la Universidad Tecnológica del Perú, institución en la cual trabajo y que me brindó la oportunidad de realizar la presente investigación y al Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Mag. Alejandro Guerrero, por apoyar este trabajo incondicionalmente.*
- *Especialmente agradezco a mi asesora, Dra. Alicia Aliaga, por su tiempo y conocimientos brindados en este proceso de investigación.*

ÍNDICE

Carátula	1
Título	2
Dedicatoria	3
Agradecimientos	4
Índice	5
Resumen (palabras claves)	7
Abstrac (Key words)	8
I. Introducción	9
1.1 Planteamiento del problema	10
1.2 Descripción del problema	10
1.3 Formulación del problema	15
1.3.1 Problema general	16
1.3.2 Problemas específicos	17
1.4 Antecedentes	18
1.5 Justificación de la investigación	31
1.6 Limitaciones de la investigación	31
1.7 Objetivos	
1.7.1 Objetivo general	32
1.7.2 Obejtivos específicos	32
II. Marco teórico	34
2.1 Marco conceptual	
III. Método	
3.1 Tipo de investigación	38
3.2 Población y muestra	38
3.3 Operacionalización de variables	40
3.4 Instrumentos	41

3.5	Procedimientos	44
3.6	Análisis de datos	44
IV.	Resultados	
4.1	Resultados de la variable ambiente laboral	47
4.2	Resultados de a variable comunicación interna	65
4.3	Resultados descriptivos totales	74
4.4	Resultados totales de las variables de estudio	83
4.5	Prueba de normalidad	85
4.6	Prueba de hipótesis	86
V.	Discusión de resultados	97
VI.	Conclusiones	105
VII.	Recomendaciones	108
	7.1 Propuesta: Plan de mejora	110
VIII.	Referencias	114
IX.	Anexos	118
	Anexo 1 – Matriz de consistencia	119
	Anexo 2 – Encuesta (1)	122
	Anexo 3 – Encuesta (2)	128
	Anexo 4 – Anuncios y convocatorias de actividades de comunicación interna	131
	Anexo 5 – Evidencias fotográficas de actividades de comunicación interna	137

RESUMEN

La presente investigación, se titula AMBIENTE LABORAL Y LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LOS COLABORADORES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ- 2017, siendo el objetivo de investigación; determinar la relación que existe entre el Ambiente laboral y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú. Entendemos por Ambiente laboral, a la interrelación de las personas, que manejan ciertos valores, actitudes y creencias dentro de las políticas emanadas, en este caso por la Facultad, en relación a la otra variable de estudio, que es la Comunicación Interna. Esta es entendida como la forma de comunicación que tienen las autoridades con respecto a los demás colaboradores, cuan clara y explícita sea, lo más sencilla y entendible posible, con la finalidad de lograr los objetivos institucionales. El Tipo de Investigación que se empleo fue Sustantiva con Diseño Transeccional correlacional- causal. La muestra estuvo constituida por 6 personas administrativas, 5 coordinadores, 53 docentes, 31 practicantes, haciendo un total de 95 colaboradores. Quedó demostrada la hipótesis general, la cual manifiesta que existe relación entre entre el Ambiente laboral y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017 (Correlación de Pearson = ,460 y con una significancia bilateral = ,000 < ,05)

Palabras clave: Ambiente laboral, Comunicación interna, comunicación externa.

ABSTRACT

The present investigation, is titled LABOR ENVIRONMENT AND THE INTERNAL COMMUNICATION OF THE COLLABORATORS OF THE FACULTY OF COMMUNICATION SCIENCES OF THE UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERU- 2017, sieno the objective of investigation; determine the relationship that exists between the Work Environment and the Internal Communication of the collaborators of the Faculty of Communication Sciences of the Technological University of Peru. We understand the work environment to the interrelation of people, who handle certain values, attitudes and beliefs within the policies issued, in this case by the Faculty of Communication Sciences of the Technological University of Peru, in relation to the other variable of Study, which is the Internal Communication, is understood as the communication form of the authorities to the other collaborators, how clear and explicit it is, as simple and understandable as possible, in order to achieve the institutional objectives. The type of research that was used was substantive with the correlational-causal transectional design, the sample consisted of 6 administrative people, 5 coordinators, 53 teachers, 31 practitioners, making a total of 95 collaborators. The general hypothesis was established, that there is a relationship between the Work Environment and the Internal Communication of the collaborators of the Faculty of Communication Sciences of the Technological University of Peru-2017 (Pearson Correlation =, 460 and with a bilateral significance = , 000 <, 05)

Key words: Work environment, Internal comunicaction, external communication.

I. INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se resalta la importancia de la comunicación organizacional y su relación con la productividad de las organizaciones modernas, tanto públicas como privadas. Asimismo, nos lleva a reconocer que se deben desarrollar herramientas organizacionales para potenciar el talento humano y obtener un clima laboral óptimo y eficaz para las organizaciones modernas.

Esta investigación se ha enfocado en el desarrollo del AMBIENTE LABORAL Y LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LOS COLABORADORES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ- 2017. Un trabajo de gran importancia para la Facultad, porque nos permite conocer el estado actual acerca del ambiente laboral que es uno de los elementos que dinamizan la labor de sus colaboradores, sus buenas relaciones, los valores, la ética que se practica en la institución, el respeto entre colaboradores y la importancia del trabajo en equipo.

Todos estos intagibles forman parte de la comunicación organizacional y el ambiente laboral de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Razón por la cual nos permitimos realizar una propuesta que esperamos sirva para seguir mejorando y de esta manera elevar los estándares de calidad y atención, con los que está comprendida la Universidad y su Facultad, en su visión organizacional.

1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad en todas las instituciones, empresas u organizaciones públicas y privadas, se pone énfasis en la importancia que tiene el recurso humano, su desarrollo dentro de la organización, su identidad, liderazgo, trabajo en equipo, las cuales son competencias que llevan al desarrollo de las instituciones.

Se ha estimado trabajar sobre el ambiente laboral y su implicancia en la organización objeto de estudio. Así mismo la otra variable motivo de estudio es la Comunicación Interna, entendida por cómo llegan los mensajes de parte de las autoridades a los colaboradores y si es clara, sencilla y oportuna.

Como se ha demostrado en la hipótesis de investigación, si bien es cierto existe correlación entre variables: sin embargo, se debe seguir trabajando porque son variables muy sensibles y debe ser tarea permanente de las autoridades mantener un buen clima y una buena comunicación.

1.2. Descripción del problema

A continuación presentamos los antecedentes en relación a las variables de estudio.

Según los antecedentes nacionales:

Hospinal E., S. (2013), en su investigación Clima organizacional y satisfacción laboral en la empresa F y D inversiones S.A. C. de

la Facultad de ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, presenta las siguientes conclusiones:

- El clima organizacional, es positivo, está en el intervalo de [3.3029, 3.6537].
- La satisfacción laboral, es positivo, está en el intervalo de [3.5114, 3.8967].
- Los factores críticos del clima organizacional son: cohesión, equidad y reconocimiento; su importancia en conjunto es de 99.1%.
- Los factores críticos de la satisfacción laboral son: satisfacción por el trabajo en general, satisfacción con el ambiente físico del trabajo, satisfacción con las oportunidades de desarrollo y satisfacción en relación subordinado-jefe, la importancia en conjunto de estos cuatro factores alcanza el 99.8%.
- El clima organizacional impacta en un 84.6% a la satisfacción laboral, porque el pvalue <0.05 y el R^2 es 84.6%.

Según los antecedentes internacionales:

Balarezo T., B. (2014), en su tesis: La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel DRIVE, de la Facultad

de Ciencias Administrativas, de la Universidad Técnica de Ambato. Ecuador, señala las siguientes conclusiones:

- Las falencias que presenta la comunicación organizacional interna está repercutiendo sobre la coordinación de las actividades dentro de la organización.
- La comunicación organizacional influye directamente sobre la baja productividad de la empresa San Miguel Drive, así como también en las actitudes de los trabajadores.
- Muchos de los trabajadores de la empresa conocen muy poco los tipos de comunicación que existen dentro de la institución, y califica como regulares los medios de comunicación internos con los que cuenta San Miguel Drive.
- La distribución de funciones afecta directamente sobre el trabajo en equipo y además hay que resaltar que el clima organizacional de la empresa San Miguel Drive no es el más adecuado para el correcto desenvolvimiento de los trabajadores.
- Se concluye que la comunicación organizacional interna de la empresa San Miguel Drive no está cumpliendo las funciones que debería, como son generar identificación institucional por parte del trabajador hacia la empresa y

tampoco fortalece las relaciones interpersonales entre los colaboradores.

Osorio M., S. (2009), en su tesis: La función de la comunicación interna, como instrumento estratégico para mejorar el servicio al cliente en Madero y Maldonado, Corredores de Seguros S.A, de la Facultad de Comunicación y Lenguaje Comunicación Social, de la Pontificia Universidad Javeriana, llegó a las siguientes conclusiones:

- Consolidar una estructura formal en los procesos de comunicación de la organización, fue un instrumento vital para el fortalecimiento de la cultura organizacional y para el establecimiento de estrategia que mejorará los aspectos débiles de la cultura.
- En esta oportunidad, se logró demostrar la importancia que tienen los medios de comunicación internos y externos de la organización, ya que con la formulación del plan estratégico se demostró la ventaja competitiva que tiene la estructuración, de los medios, especialmente lo que se refiere a las comunicaciones de marketing de la empresa
- Gracias a la política del desarrollo de comunicaciones de marketing se permitió dar un posicionamiento a la marca

y generar canales alternos de comunicación con los clientes.

- Se pudo determinar la importancia que tiene el desarrollo de un modelo de política de servicio al cliente fundamentando en la comunicación.
- Darse a conocer en el mercado de corredores de seguros, como una organización enfocada en estrategias de comunicación y servicio para el bienestar de sus clientes.
- Con la elaboración del diagnóstico, se pudo determinar que a pesar de tener una estructura corporativa definida, muchos aspectos de comunicación son informales. Con el vencimiento de la norma ISO-900, el plan estratégico de comunicaciones es un soporte para continuar lo que se había logrado, y además de esto, posicionar la comunicación en todas las actividades de la organización.

Arce A., A y otros (1994), en su tesis El clima laboral en los trabajadores de atención primaria. Madrid, presentaron el siguiente resumen: El clima social de las organizaciones es una variable psicológica que influye en el comportamiento de las personas en el trabajo. Con el objetivo de conocer y medir el clima laboral en los trabajadores la Atención Primaria, se realizó un estudio descriptivo transversal en una muestra de 350 personas. Se utiliza la encuesta WES (Escala del clima social en el trabajo)... Todos los perfiles presentaron valores por encima

de los medios. La subescala que mide la organización presenta los niveles más elevados; y las de presión y control los más bajos. Se concluye en valorar el clima organizacional de Atención Primaria como positivo, con relativa homogeneidad entre estamentos y centros. El conocimiento del comportamiento y actitudes de los trabajadores es básico en la planificación política de personal.

1.3. Formulación del problema

Diagnóstico:

Los cambios repentinos que ha originado la sociedad del conocimiento y la globalización ha tenido repercusiones en todas las organizaciones, instituciones y/o empresas tanto nacionales como internacionales.

Actualmente están adecuándose tanto la organización propiamente dicha como en el capital humano, que por cierto al inicio ha sido bastante difícil, ya que el ser humano estaba educado para responder a otro tipo de sociedad. Mientras que ahora se exige un cambio constante y el desarrollo de competencias.

Es el caso de la Universidad Tecnológica del Perú, en su Facultad de Ciencias de la Comunicación, donde se llevó a cabo una evaluación al personal en el que se mostraba poca eficacia para responder al momento actual, tanto personalmente como en equipo.

Pronóstico:

Ante lo expuesto se ha considerado a través de la Oficina de Calidad llevar acabo una serie de capacitaciones, tanto para elevar el capital humano, como el desarrollo de competencias profesionales en los docentes, así como también en los demás colaboradores, con cursos y capacitaciones a fin de desarrollar habilidades y capacidades. Por otros, la organización ha mejorado la infraestructura física de la Universidad, ofreciendo aulas con tecnología a fin de que los docentes y estudiantes estén cómodos y tengan un aprendizaje significativo.

Control de pronóstico:

Permanentemente se toman encuestas y entrevistas a fin de conocer el estado actual, con el propósito de llevar acabo planes de mejora y en otros, de innovación.

Es la razón fundamental por la que nos lleva a plantear los siguientes problemas a investigar.

1.3.1 Problema general:

¿Qué relación existe entre el Ambiente laboral y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017?

-

1.3.2 Problemas específicos:

1. ¿Qué relación existe entre la credibilidad y la comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017?
2. ¿Qué relación existe entre el respeto y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017?
3. ¿Qué relación existe entre la imparcialidad y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017?
4. ¿Qué relación existe entre el orgullo y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017?
5. ¿Qué relación existe entre la camaradería y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017?
6. ¿Qué relación existe entre los enunciados nacionales y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017?

1.4. Antecedentes

Antecedentes internacionales: ambiente laboral o clima laboral

1.4.1 Definición de organización:

Según Chiavenato (2002, p.10) las organizaciones “son entidades sociales conformadas por personas que trabajan juntas y están estructuradas deliberadamente en divisiones de trabajo para alcanzar un objetivo común”. Es decir todo tipo de institución u organización tanto pública como privada y que posea las siguientes características:

- Formada por personas que se reúnen formando una unidad social, para integrar sus esfuerzos en busca de objetivos.
- División del trabajo, poder y responsabilidades de comunicación, las cuales no están estructuradas al azar o de manera tradicional, sino que se han planeado deliberadamente para reforzar la obtención de objetivos específicos.
- Se establecen objetivos, hacia los cuales se dirigen los esfuerzos individuales y colectivos.

Para Dávila (2001, p.13) las organizaciones son “colectividades que se han establecido para alcanzar objetivos relativamente específicos sobre una base mas o menos continua”; asimismo considera las siguientes características:

- Una organización tiene límites relativamente identificables, es decir, que existe algo dentro y fuera de ella, específicamente su medio ambiente.
- Poseen un orden normativo.
- Rangos de autoridad.
- Sistemas de comunicación.

1.4.2 La Universidad- organización que aprende:

A partir del siglo XXI, ha cambiado la manera de gestionarse todas las instituciones y organizaciones, aún más en las universidades. Al respecto Holguín B. J. (s.a), señala que la universidad como organización es mucho más que paradigmas y cultura. Y para convertirse en organización que aprende debe cumplir al menos con dos requisitos: primero, romper paradigmas y, segundo, crear una cultura que promueva un cambio de comportamiento, para que se fomente el intercambio de conocimientos y se dejen atrás viejas prácticas; así mismo recomienda que el punto central del aprendizaje organizacional en la Universidad está en el cambio de mentalidad. Esto implica transitar de sentirnos separados a sentirnos conectados con todos los miembros de la organización a través de un sistema que busca socializar el conocimiento. Por ello, es indispensable que además de adquirir conocimiento, este se transfiera, ya que sin la transferencia no hay transformación organizacional.

Es decir “que una organización que aprende es aquella que tiene la habilidad para generar, adquirir, mantener y transferir conocimientos en toda la organización, con el fin de modificar su comportamiento a través de nuevos conocimientos y nuevas aplicaciones que se convertirán en nuevos y mejores servicios” Holguín B. J. (s.a P.6).

1.4.3 Definición y teorías de clima laboral:

A continuación presentamos varias definiciones de autores, con el motivo de analizar el concepto:

Según Méndez (2006), el clima laboral u organizacional es “resultado de la forma como las personas establecen procesos de interacción social y donde dichos procesos están influenciados por un sistema de valores, actitudes y creencias, así como también de su ambiente interno”.

Dentro de las más importantes teorías sobre clima laboral están:

- **Teoría sobre el Clima Laboral de McGregor:** llamó “Teoría X” y “Teoría Y”.

Douglas Mc Gregor, citado por Stephen Robbins propuso dos diferentes modos de ver a los seres humanos: uno básicamente negativo, llamado teoría X y otro básicamente positivo, llamado teoría Y.

Según la **Teoría X**, existen cuatro supuestos:

- A los empleados inherentemente les disgusta el trabajo y, siempre que sea posible, procurarán evitarlo.
- Puesto que a los empleados les disgusta el trabajo, deben ser coaccionados, controlados o amenazados con sanciones para que alcancen metas.
- Los empleados evitarán asumir responsabilidades y buscarán una dirección formal, siempre que sea posible.
- La mayoría de los trabajadores colocan la seguridad por encima de todos los demás factores asociados con el trabajo y muestran poca ambición.

Mc Gregor enumeró cuatro supuestos positivos, a los que llamó

Teoría Y:

- Los empleados pueden considerar el trabajo tan natural como el descanso o el juego.
- La gente ejerce autodirección y autocontrol si está comprometida con los objetivos.
- La persona promedio puede aprender a aceptar e incluso buscar asumir responsabilidades.

- La capacidad de tomar decisiones innovadoras está ampliamente dispersa en toda la población y no necesariamente es patrimonio exclusivo de los que ocupan puestos administrativos.

Mc Gregor propone distintos tipos extremos de empresa que supondrá dos estilos extremos de personal:

Tabla 1
Estilos de personal

<i>TEORÍA "X"</i>	<i>TEORÍA "Y"</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El hombre es perezoso por naturaleza ▪ Al hombre le incentivan las recompensas económicas ▪ No le gusta asumir responsabilidades, se resiste a los cambios, no le gusta asumir riesgo. ▪ Necesita que le controlen y le dirijan. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El individuo busca satisfacción en su trabajo ▪ Le motivan no solo las recompensas económicas sino también otras ▪ Le gusta aportar ideas, ser creativo, asumir riesgo y responsabilidades ▪ Es capaz de Automotivarse en su trabajo
<p>La dirección de RRHH deberá insistir en:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistemas de 	<p>La dirección de RRHH deberá insistir en:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Motivación del recurso humano

<p>control</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistemas de sanciones ▪ Recompensas ▪ Estilos de dirección autoritarios ▪ No preocupación por el desarrollo y motivación de los empleados 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo profesional del recurso humano ▪ Elegirá estilos de participación muy democráticos ▪ Favorecerá las políticas de comunicación interna multidireccional.
---	--

1.4.4 Tipos de clima laboral: Veremos a continuación;

- **Clima laboral de Likert:** Liker, citado por Gan (2007), señala cuatro tipo de clima vinculados al tipo de dirección, liderazgo y estilo de trabajo en grupo.
 - **El primero es el clima de tipo autoritario:** tiene dos sistemas. El sistema 1 es el autoritario explotador: La dirección no confía en sus colaboradores, existe un ambiente de temor, la interacción entre los superiores y los subordinados es casi nula. La toma de decisiones es abarcada únicamente por los jefes. El sistema 2 es el autoritarismo paternalista; este se caracteriza por la confianza que existe entre la dirección y sus colaboradores. En este sistema se usan castigos al igual que recompensas para motivar a los colaboradores, los supervisores manejan estos como mecanismos de control y da

la impresión que se labora en un ambiente estructurado aunque no sea así.

- **El segundo es el clima de tipo participativo**, el cual también posee dos sistemas.
 - **El sistema 3 es el consultivo**, este sistema se basa en la confianza que poseen los supervisores en sus subordinados, ya que se permite que los colaboradores tomen decisiones específicas, también se busca cubrir las necesidades de estima de los colaboradores. Existe interacción entre los supervisores y los subordinados donde se delegan tareas como también responsabilidades.
 - **El sistema 4 es el de participación**, se basa en la confianza plena que tiene la administración en los colaboradores. Se busca integrar a todos los niveles para la toma de decisiones, y la comunicación se da de supervisores a subordinados, viceversa y entre compañeros o bien sea de forma vertical horizontal, ascendente descendente. La clave de la motivación es la participación, se comparten las responsabilidades entre los supervisores y sus subordinados. En este sistema se trabaja en equipo de manera que existe una participación estratégica para cumplir con los objetivos.
-
- **El clima laboral de Litwin y Stinger:** según Litwin y Stinger citados por Gan (2007), en una gran variedad de factores.

Proponen la existencia de nueve dimensiones por medir que explicarían el clima existente en una determinada empresa.

- **La estructura:** Es la percepción que tienen los colaboradores acerca del número de procedimientos, reglas, trámites y otros procesos que puedan ver como limitaciones para el desarrollo y buen desempeño de su trabajo.
- La responsabilidad
- La recompensa
- El desafío
- Las relaciones
- La cooperación.
- Estándares
- Los conflictos
- La identidad

1.4.5 Dimensiones del clima laboral:

Al respecto Llaneza (2009), menciona, que son los miembros de la dirección quienes deciden qué técnicas se utilizarán para realizar el estudio del clima laboral, al igual que las fases en las que se dividirá, ya que es la dirección la que fija tanto el nivel de implicación, como las condiciones.

Es importante considerar que para llegar a comprender el clima laboral se debe entender como es la intersubjetividad, a fin de

transformar los resultados en elementos que permitan el desarrollo de la organización.

Según Gan (2007) las dimensiones más utilizadas en clima laboral, son:

- Las actitudes de los colaboradores hacia la organización,
- La gerencia de la organización,
- Las oportunidades de crecimiento,
- Las labores diarias de su puesto de trabajo,
- La supervisión y ayuda recibida del jefe inmediato,
- Los incentivos económicos y no económicos,
- El sueldo que devengan,
- El entorno,
- Condiciones físicas en las que deben desenvolverse y hacia los otros colaboradores.

En la presente investigación se consideraran las siguientes dimensiones (Great place to work 2016):

- Credibilidad
- Respeto
- Imparcialidad
- Orgullo
- Camaradería
- Enunciados nacionales

**Antecedentes nacionales: Comunicación Interna de los
colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la
Universidad Tecnológica del Perú- 2017**

1.4.6 Comunicación Organizacional:

Para Andrade (2010), la comunicación organizacional se puede entender de tres formas distintas:

- **Como un proceso social:** Es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre esta y sus diferentes públicos externos.

- **Como una disciplina:** Es un campo del conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de la comunicación dentro de las organizaciones, entre estas y su medio.

- **Como un conjunto de técnicas y actividades:** Es la que se da entre los miembros de la organización y los diferentes públicos que tiene en su entorno, entre ellos podemos mencionar a los inversionistas, clientes, proveedores, gobierno, medios de comunicación, competidores, distribuidores, asociaciones y cámaras, organismos diversos y público en general. Se muestra dos categorías de comunicación:

- **Comunicación interna:** Es el conjunto de actividades dentro de 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:** Es el 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 ver sus productos o servicios. Asimismo, abarca tanto lo que en términos generales se conoce como Relaciones Públicas y Publicidad.

A continuación nos ocuparemos de la comunicación interna por ser el tema de estudio.

1.4.7 Definición y formas de comunicación interna: Según Andrade (1991P. 32), la comunicación interna es el "... conjunto de actividades efectuadas por cualquier 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".

Como observamos la definición de Andrade nos hace reflexionar que toda empresa, institución, tanto pública o privada debe preocuparse por mantener una buena comunicación al interior de la misma. Al respecto Berceruelo B. (2011 P. 31) señala que "... la Comunicación Interna responde a la necesidad específica de las empresas de motivar e integrar a sus empleados en un entorno empresarial que a veces es cambiante. Desde este punto de vista, se trata de una herramienta que permite transmitir los objetivos a toda la organización, difundir sus políticas y construir una identidad de la empresa en un clima de confianza y de motivación. Es, además, un agente de cambio, ya que apoya y facilita la introducción de nuevos valores o pautas de gestión y la alineación de los empleados con los objetivos empresariales"

Formas de comunicación interna en la empresa: Para el equipo editorial buenos negocios (2013), las formas de comunicación son:

- **Comunicación descendente:** Se trata de la comunicación formal básica e históricamente más utilizada. Surge desde los directivos de la empresa y desciende a los distintos niveles de la pirámide jerárquica. Su finalidad es informar instrucciones, objetivos o políticas de la empresa, institución y/o organización.

Dentro de las herramientas que se emplean:

- Manuales
- Documentación protocolar, Otros.

- **Comunicación ascendente:** Son los mensajes que circulan de abajo hacia arriba en la empresa; nacen en la base de la organización y llegan a la alta dirección. Permite a los empleados plantear ideas y sugerencias, así como dar retroalimentación a la comunicación descendente.
- **Comunicación horizontal:** En esta categoría gran parte de la comunicación suele ser informal, a través relaciones de amistad y compañerismo. Cuando se fomenta desde la empresa, se promueve como pauta de trabajo la colaboración y el trabajo en equipo.

Es importante señalar que en la actualidad el uso de redes sociales, blogg, son muy usados. Entre otros instrumentos también usados están:

- Reuniones con otras divisiones (comunicación horizontal).
- Activaciones con el personal, eventos corporativos (full day, talleres vivenciales, show room, flasmob, BTL, etc)

En la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú se vice la comunicación interna y externa reflejardi en su filosofía organizaional:

- **Misión:** Dar a todos los peruanos acceso a una educación superior de calidad que les permita alcanzar una vida mejor.
- **Visión:** Ser la primera opción para estudiantes con afán de superación que contribuyan a un Perú mejor.

1.5. Justificación de la investigación

1.5.1 Justificación Teórica: Es importante considerar y saber que el elemento más importante de toda organización es la persona y el ambiente que se generen en su entorno. Así mismo, consideramos la importancia de la comunicación. En el presente trabajo nos ocupamos de la comunicación interna considerando su trascendencia dentro de la empresa.

1.5.2 Justificación Práctica: Los resultados de la presente investigación nos servirá para hacer llegar nuestra recomendación al área correspondiente a fin de ser considerado en un Plan de Mejora que permita elevar la calidad del servicio.

1.5.3 Justificación Metodológica: La presente investigación es de tipo no experimental y se aplicará el diseño descriptivo correlacional, con la finalidad de determinar la relación de las variables.

1.6. Limitaciones de la investigación

1.6.1 Alcances:

Están en función de los objetivos de la investigación.

1.6.2 Limitaciones:

La universidad no cuenta con una biblioteca con libros actualizados.

1.7. Objetivos

1.7.1 Objetivo general:

Determinar la relación que existe entre el Ambiente laboral y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017.

1.7.2 Objetivos específicos:

1. Analizar la relación que existe entre la credibilidad y la comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017
2. Caracterizar la relación que existe entre el respeto y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017
3. Describir la relación que existe entre la imparcialidad y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017
4. Señalar la relación que existe entre el orgullo y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

5. Señalar la relación que existe entre la camaradería y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

6. Identificar la relación que existe entre los enunciados nacionales y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco conceptual

- **Ambiente laboral o Clima laboral:** El clima laboral no es otra cosa que el medio en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. La calidad de este clima influye directamente en la satisfacción de los trabajadores y por lo tanto en la productividad empresarial. (<http://www.emprendepyme.net/que-es-el-clima-laboral.html>).

- **Camaradería:** Se conoce como camaradería al vínculo amistoso o de respeto que forjan las personas con intereses o afectos en común. (<http://definicion.de/camaraderia/>).

- **Credibilidad:** Es un concepto que las personas utilizan para decidir si creen o no, ya que es una de las informaciones de la que no son testigos directos. En su aplicación intervienen componentes objetivos y subjetivos, ya que se conceden a las fuentes, canales o plataformas de difusión de información.

(<https://es.wikipedia.org/wiki/Credibilidad>).

- **Comunicación:** Es la acción de comunicar o comunicarse.

- **Comunicación ascendente:** La comunicación ascendente se refiere a los mensajes que los empleados envían a sus

administradores o a otros que ocupan puestos más altos dentro de la organización. (<http://www.losrecursoshumanos.com/la-comunicacion-ascendente/>).

- **Comunicación descendente:** Este tipo de comunicación consiste en transmitir información necesaria para las actividades, desde los niveles más altos hacia los niveles más bajos de la organización (<http://florbe.com/pe/administracion-de-empresas/comunicacion-descendente>).

- **Comunicación horizontal:** Es aquella que se establece entre miembros de un mismo nivel jerárquico. Pueden ser entre departamentos, grupos o de forma individual, no hay presencia de autoridad y sirven para agilizar la estructura organizativa (<https://www.google.com.pe/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=que+es+Comunicaci%C3%B3n+horizontal>).

- **Comunicación interna:** Son actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes que se originan a través de los diversos medios de comunicación empleados por ella, con el objetivo de proveer comunicación.

- **Imparcialidad:** en su concepto estricto, significa estar libre de prejuicios, es decir, abstraerse de consideraciones subjetivas y centrarse en la objetividad de un asunto, al realizar un juicio (<https://es.wikipedia.org/wiki/Imparcialidad>).

- **Mensaje:** Es la noticia o comunicación que una persona envía a otra o pone en su conocimiento.

- **Respeto:** (del latín respectus, «atención» o «consideración») es la consideración y valoración especial que se le tiene a alguien o a algo, al que se le reconoce valor social o especial deferencia. Muchas formas de respeto se basan en la relación de reciprocidad (respeto mutuo, reconocimiento mutuo, etc.), sin embargo, en lo que se refiere al respeto de las personas hacia objetos, costumbres e instituciones sociales, se fundamenta en otras consideraciones diferentes de la reciprocidad (<https://es.wikipedia.org/wiki/Respeto>).

- **Organización:** Es la acción de organizar u organizarse.

- **TIC:** Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) es un concepto que tiene dos significados. El término "tecnologías de la información" se usa a menudo para referirse a cualquier forma de hacer cómputo. También podemos entender como planificar y gestionar la infraestructura de TIC de una organización es un trabajo

difícil y complejo que requiere una base muy sólida de la aplicación de los conceptos fundamentales de áreas como las ciencias de la computación, así como de gestión y habilidades del personal. Se requieren habilidades especiales en la comprensión, por ejemplo de cómo se componen y se estructuran los sistemas en red, y cuáles son sus fortalezas y debilidades. En sistemas de información hay importantes preocupaciones de software como la fiabilidad, seguridad, facilidad de uso y la eficacia y eficiencia para los fines previstos, todas estas preocupaciones son vitales para cualquier tipo de organización.

- **Universidad:** Es una entidad orgánica o sistema de unidades operativas de enseñanza superior, investigación y creación de cultura científica y humanística (<https://es.wikipedia.org/wiki/Universidad>).

III. MÉTODO

3.1 Tipo de investigación:

Se aplicó la Investigación Sustantiva, con sus niveles Descriptivo y Explicativo. Para Carlessi y Matos (2006 p. 38), en su libro Metodología y Diseños de la investigación científica, la definen “... como aquella que trata de responder a los problemas teóricos o sustantivos, en tal sentido, está orientada, a describir, explicar, predecir o retrodecir la realidad”:

Diseño de la investigación:

En la presente investigación se utilizó el Diseño Transeccional correlacional – causal. Al respecto, Hernández S. R y otros (2010), señala que “ Estos diseños describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. A veces únicamente en términos correlacionales, otras en función de la relación causa-efecto”, el diseño es el siguiente:

X_1 ----- Y_2

3.2. Población y muestra

En la presente investigación se trabajó con toda la población, que estará conformada por todos los colaboradores.

A continuación se presenta la población y muestra de estudio.

Tabla 2

Muestra de estudio, según el cargo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Administrativos	6	6,3	6,3
Coordinadores	5	5,3	5,3
Docentes	53	55,8	55,8
Practicantes	31	32,6	32,6
Total	95	100,0	100,0

Observamos, que muestra de estudio por cargos, se constituyó por:

- 6 administrativos, que formaron el 6,3 % de la muestra.
- 5 coordinadores, que formaron el 5,3 % de la muestra.
- 53 docentes, que formaron el 55,8 % de la muestra.
- 31 practicantes, que formaron el 32,6 % de la muestra.

Tabla 3

Muestra de estudio, según el género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido Varón	48	50,5	50,5
Mujer	47	49,5	49,5
Total	95	100,0	100,0

Observamos, que la muestra de estudio por género de los encuestados, estuvo constituida por:

- 48 varones, que formaron el 50,5 % de la muestra y
- 47 mujeres, que formaron el 49,5 % de la muestra.

3.3 Operacionalización de variables

Tabla 4

Operacionalización de Variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE CORRELACIONAL (X): AMBIENTE LABORAL	1. Credibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación - Habilidad gerencial - Integridad
	2. Respeto	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo Profesional - Colaboración - Interés como persona
	3. Imparcialidad	<ul style="list-style-type: none"> - Equidad en recompensas - Ausencia de favoritismo - Trato justo
	4. Orgullo	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo individual - Trabajo en equipo - Imagen corporativa
	5. Camaradería	<ul style="list-style-type: none"> - Familiaridad - Hospitalidad - Sentido de equipo
	6. Enunciados nacionales	<ul style="list-style-type: none"> - Impacto
VARIABLE CORRELACIONAL (Y): COMUNICACIÓN INTERNA	1. Comunicación descendente	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación formal - Informar instrucciones
	2. Comunicación ascendente	<ul style="list-style-type: none"> - Mensajes que circulan de abajo hacia arriba - Permite a los empleados plantear ideas
	3. Comunicación horizontal	<ul style="list-style-type: none"> - Entre personas o áreas de la empresa - Es informal

3.4. Instrumentos

3.4.1 Los instrumentos de recolección de datos

Para el trabajo de investigación se utilizó la técnica de la encuesta.

- Para la **Variable Correlacional (X)**: AMBIENTE LABORAL.

Ficha técnica

Nombre: Cuestionario de evaluación de Trust Index (Instrumento que se viene aplicando en la Facultad de Ciencias de la Comunicación- UTP).

Objetivo: Comprender la relación entre las metas de la organización y las experiencias de los colaboradores. Esto ayuda a aumentar la responsabilidad de los líderes ante las metas.

Dimensiones: Credibilidad, respeto, imparcialidad, orgullo, camaradería y enunciados nacionales.

Tiempo : 40 minutos.

Items : 64 items.

- Para la **Variable Correlacional (Y): COMUNICACIÓN INTERNA**

Ficha técnica

Nombre: Encuesta (Fue diseñada por la investigadora).

Objetivo: Medir la Comunicación interna de los docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación- UTP.

Dimensiones: Comunicación, ascendente, descendente y horizontal.

Tiempo : 10 minutos.

Items : 15 items.

3.4.2 Pruebas de análisis de Validez y Confiabilidad de los instrumentos

- Para determinar la **confiabilidad** de los instrumentos de recolección de datos, se llevó a cabo una prueba piloto con 10 docentes, obteniendo como resultado:

Tabla 5

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
,830	,830	2

Según el Alfa de Cronbach, los instrumentos son confiables en un 83 %.

- Para determinar la **validez**, se aplicó la Prueba RIT, obteniendo el siguiente resultado:

Tabla 6

Estadísticos del total elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ambiente laboral	4,4421	,292	,460	,453
Comunicación interna	4,5684	,269	,460	,372

Según observamos la tabla los resultados nos muestra ser $> ,02$, **por lo tanto los instrumentos de recolección de datos son confiables.**

3.5. Procedimientos

Se aplicó el programa estadístico SPSS, con la finalidad de probar las hipótesis estadísticas planteadas y se aplicó los siguientes estadísticos:

- Media
- Mediana
- Moda
- Promedio
- Alfa de Cronbach
- Estadísticos del total elemento
- Kolmogorov Smirnov
- Correlación de Pearson.

3.6 Análisis de datos

Se concluyó la etapa de colección y procedimientos de datos y se inicia con la más importante: el análisis de datos . Para esto, se determinó que los datos se analizarían con el SPSS. Asimismo, el análisis depende del nivel de medición de las variables, las cuales fueron explicadas en los puntos anteriores y el desprendimiento de las hipótesis formuladas como generales y específicas.

Hipótesis general:

Existe relación significativa entre el Ambiente laboral y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

Hipótesis específicas:

H1 Existe relación significativa entre la credibilidad y la comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017.

H2 Existe relación significativa existe entre el respeto y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017.

H3 Existe relación significativa existe entre la imparcialidad y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017.

H4 Existe relación significativa existe entre el orgullo y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017.

H5 Existe relación significativa existe entre la camaradería y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017.

H6 Existe relación significativa existe entre los enunciados nacionales y la Comunicación interna de colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017.

Identificación de variables:

- Variable correlacional (x):

Ambiente laboral

- Variable correlacional (y):

Comunicación interna

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados de la variable ambiente laboral

La variable ambiente laboral está conformada por 6 dimensiones:

- Credibilidad, Respeto, Imparcialidad, Orgullo, Camaradería y Enunciados emocionales

Los resultados se presentan por cada dimensión.

4.1.1 Variable ambiente laboral de acuerdo al cargo de los encuestados

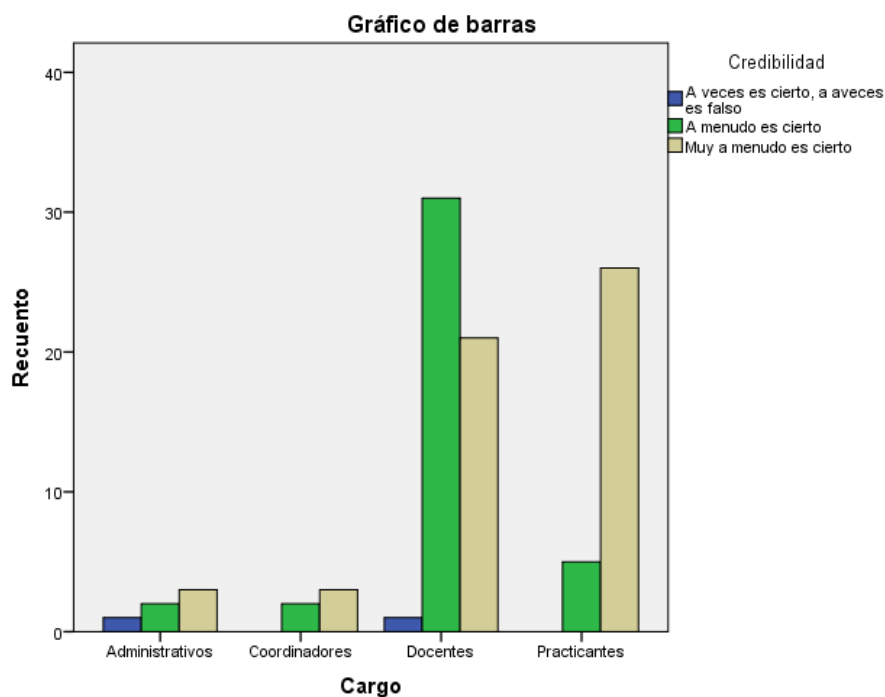
a. Credibilidad- cargo

Tabla 7

Tabla cruzada Cargo*Credibilidad

			Credibilidad			Total
			A veces es cierto, a veces es falso	A menudo es cierto	Muy a menudo es cierto	
Cargo	Administrativos	Recuento	1	2	3	6
		% del total	1,1%	2,1%	3,2%	6,3%
	Coordinadores	Recuento	0	2	3	5
		% del total	0,0%	2,1%	3,2%	5,3%
	Docentes	Recuento	1	31	21	53
		% del total	1,1%	32,6%	22,1%	55,8%
	Practicantes	Recuento	0	5	26	31
		% del total	0,0%	5,3%	27,4%	32,6%
Total		Recuento	2	40	53	95
		% del total	2,1%	42,1%	55,8%	100,0%

Gráfico 1



Según los resultados en relación a la dimensión de credibilidad y el cargo tenemos:

- 1 Administrativo (1,1 %), que respondió a veces es cierto, a veces es falso; 2 (2,1 %) a menudo es cierto y 3 (3,2 %) Muy a menudo es cierto.
- 2 Coordinadores (2,1 %) a menudo es cierto y 3 (3,2 %) Muy a menudo es cierto.
- 1 Docente (1,1 %), respondió a veces es cierto, a veces falso; 31 (32,6 %) a menudo cierto y 21 (22,1 %) Muy a menudo es cierto.
- 1 Practicante (5,3 %) a veces es falso; 26 (27,4 %) a menudo es cierto y 21 (22,1 %) Muy a menudo es cierto.

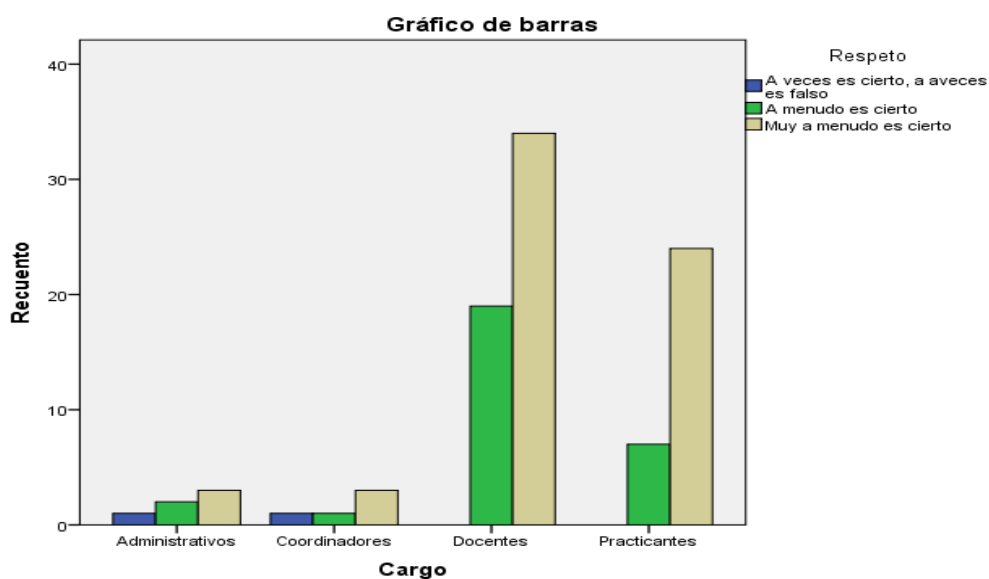
b. Respeto- cargo

Tabla 8

Tabla cruzada Cargo*Respeto

			Respeto			Total
			A veces es cierto, a veces es falso	A menudo es cierto	Muy a menudo es cierto	
Cargo	Administrativos	Recuento	1	2	3	6
		% del total	1,1%	2,1%	3,2%	6,3%
	Coordinadores	Recuento	1	1	3	5
		% del total	1,1%	1,1%	3,2%	5,3%
	Docentes	Recuento	0	19	34	53
		% del total	0,0%	20,0%	35,8%	55,8%
	Practicantes	Recuento	0	7	24	31
		% del total	0,0%	7,4%	25,3%	32,6%
Total		Recuento	2	29	64	95
		% del total	2,1%	30,5%	67,4%	100,0%

Gráfico 2



Según los resultados en relación a la dimensión de respeto y el cargo tenemos:

- 1 Administrativo (1,1 %), que respondió a veces es cierto, a veces es falso; 2 (2,1 %) a menudo es cierto y 3 (3,2 %) Muy a menudo es cierto.

- 1 Coordinador (1,1 %) que respondió a veces es cierto, a veces es falso; 1 (,1 %) a menudo es cierto y 3 (3,2 %) Muy a menudo es cierto.
- 19 Docentes (20 %) a menudo es cierto y 34 (35,8 %) Muy a menudo es cierto.
- 7 Practicantes (7,4 %) a menudo es cierto y 24 (25,3 %) Muy a menudo es cierto.

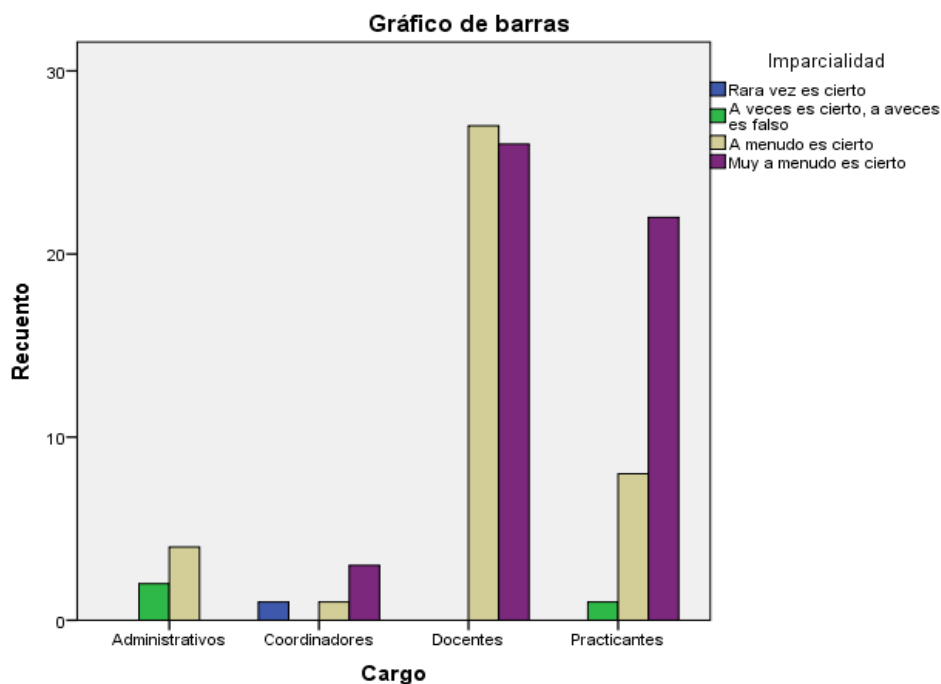
c. Imparcialidad- cargo

Tabla 9

Tabla cruzada Cargo*Imparcialidad

			Imparcialidad				Total
			Rara vez es cierto	A veces es cierto, a veces es falso	A menudo es cierto	Muy a menudo es cierto	
Cargo	Administrativos	Recuento	0	2	4	0	6
		% del total	0,0%	2,1%	4,2%	0,0%	6,3%
	Coordinadores	Recuento	1	0	1	3	5
		% del total	1,1%	0,0%	1,1%	3,2%	5,3%
	Docentes	Recuento	0	0	27	26	53
		% del total	0,0%	0,0%	28,4%	27,4%	55,8%
	Practicantes	Recuento	0	1	8	22	31
		% del total	0,0%	1,1%	8,4%	23,2%	32,6%
Total		Recuento	1	3	40	51	95
		% del total	1,1%	3,2%	42,1%	53,7%	100,0%

Gráfico 3



Según los resultados en relación a la dimensión de imparcialidad y el cargo tenemos:

- 2 Administrativos (2,1 %) a veces es falso y 4 (4,2 %) a menudo es cierto.
- 1 Coordinador (1,1 %) que respondió rara vez es cierto, 1 (,1 %) a menudo es cierto y 3 (3,2 %) Muy a menudo es cierto.
- 27 Docentes (28,4 %) a menudo es cierto y 26 (27,4 %) Muy a menudo es cierto.
- 1 Practicante (1,1 %) A veces es cierto, a veces es falso a menudo es cierto, 8 (8,4 %) a menudo es cierto y 22 (23,2 %) muy a menudo es cierto

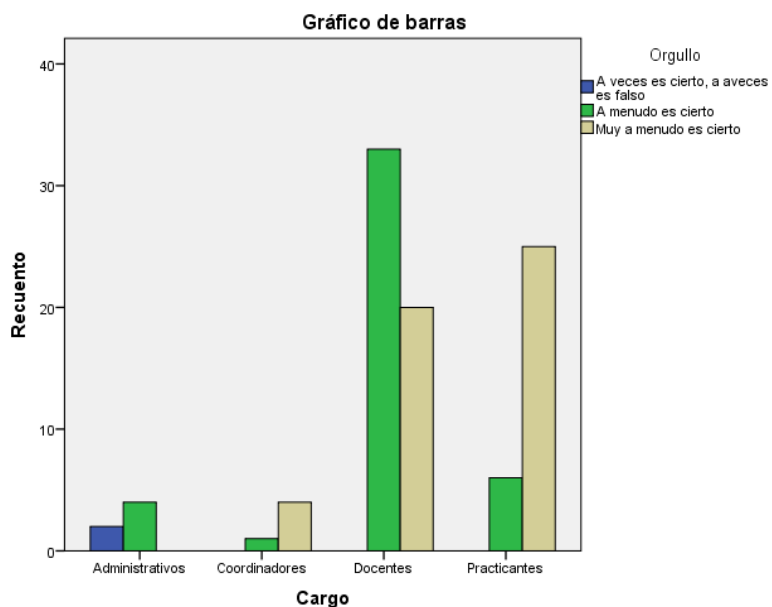
a. Orgullo- cargo

Tabla 10

Tabla cruzada Cargo*Orgullo

			Orgullo			Total
			A veces es cierto, a veces es falso	A menudo es cierto	Muy a menudo es cierto	
Cargo	Administrativos	Recuento	2	4	0	6
		% del total	2,1%	4,2%	0,0%	6,3%
	Coordinadores	Recuento	0	1	4	5
		% del total	0,0%	1,1%	4,2%	5,3%
	Docentes	Recuento	0	33	20	53
		% del total	0,0%	34,7%	21,1%	55,8%
	Practicantes	Recuento	0	6	25	31
		% del total	0,0%	6,3%	26,3%	32,6%
Total		Recuento	2	44	49	95
		% del total	2,1%	46,3%	51,6%	100,0%

Gráfico 4



Según los resultados en relación a la dimensión de orgullo y el cargo tenemos:

- 2 Administrativos (2,1 %) a veces es cierto, a veces es falso y 4 (4,2 %) a menudo es cierto,
- 1 Coordinador (1,1 %) que respondió a menudo es cierto y 4 (4,2 %) Muy a menudo es cierto.
- 33 Docentes (34,7 %) a menudo es cierto y 20 (21,1 %) Muy a menudo es cierto.
- 6 Practicantes (6,3 %) a menudo es cierto y 25 (23,3 %) muy a menudo es cierto.

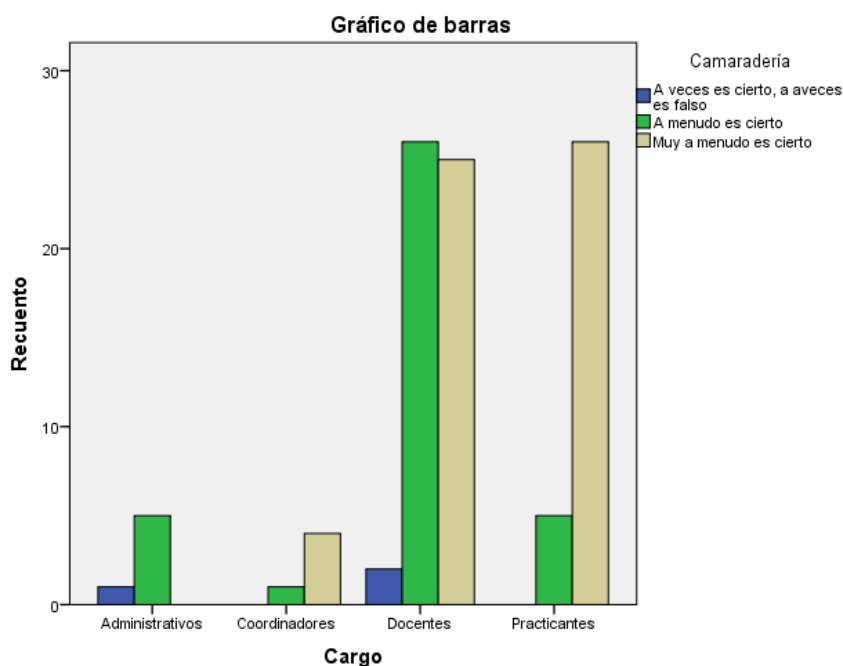
b. Camaradería- cargo

Tabla 11

Tabla cruzada Cargo*Camadería

			Camadería			Total
			A veces es cierto, a veces es falso	A menudo es cierto	Muy a menudo es cierto	
Cargo	Administrativos	Recuento	1	5	0	6
		% del total	1,1%	5,3%	0,0%	6,3%
	Coordinadores	Recuento	0	1	4	5
		% del total	0,0%	1,1%	4,2%	5,3%
	Docentes	Recuento	2	26	25	53
		% del total	2,1%	27,4%	26,3%	55,8%
	Practicantes	Recuento	0	5	26	31
		% del total	0,0%	5,3%	27,4%	32,6%
Total		Recuento	3	37	55	95
		% del total	3,2%	38,9%	57,9%	100,0%

Gráfico 5



Según los resultados en relación a la dimensión de camaradería y el cargo tenemos:

- 1 Administrativo (1,1 %) que respondió a veces es cierto, a veces es falso y 5 (5,3 %) a menudo es cierto.
- 1 Coordinador (1,1 %) que respondió a menudo es cierto y 4 (4,2 %) Muy a menudo es cierto.
- 2 Docentes (2,1 %) que respondió a veces es cierto, a veces es falso, 26 (27,4 %) a menudo es cierto y 25 (26,3 %) Muy a menudo es cierto.
- 5 Practicantes (5,3 %) a menudo es cierto y 26 (23,3 %) muy a menudo es cierto.

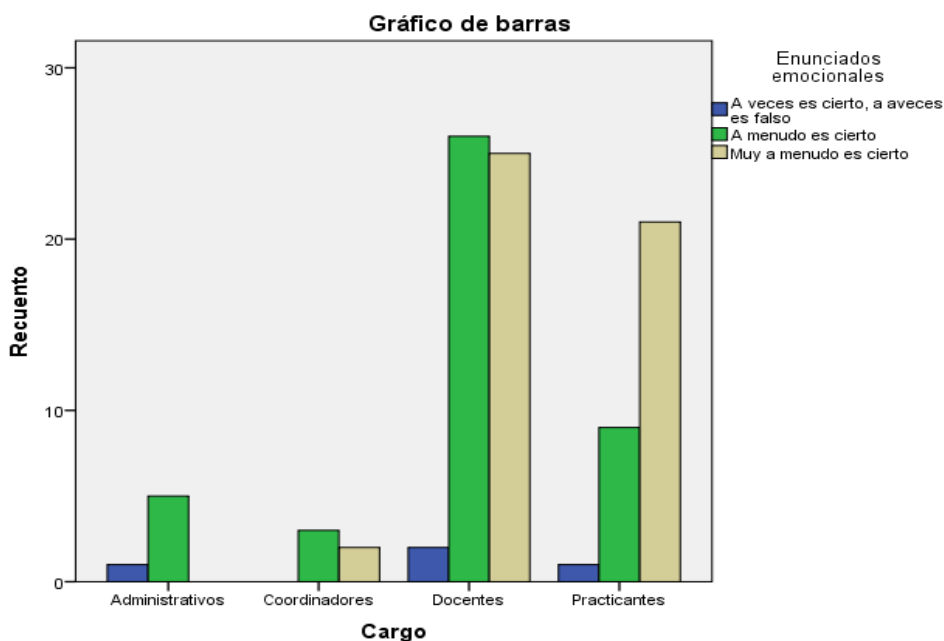
C. Enunciados emocionales- cargo

Tabla 12

Tabla cruzada Cargo*Enunciados emocionales

			Enunciados emocionales			Total
			A veces es cierto, a veces es falso	A menudo es cierto	Muy a menudo es cierto	
Cargo	Administrativos	Recuento	1	5	0	6
		% del total	1,1%	5,3%	0,0%	6,3%
	Coordinadores	Recuento	0	3	2	5
		% del total	0,0%	3,2%	2,1%	5,3%
	Docentes	Recuento	2	26	25	53
		% del total	2,1%	27,4%	26,3%	55,8%
	Practicantes	Recuento	1	9	21	31
		% del total	1,1%	9,5%	22,1%	32,6%
Total		Recuento	4	43	48	95
		% del total	4,2%	45,3%	50,5%	100,0%

Gráfico 6



Según los resultados en relación a la dimensión de enunciados emocionales y el cargo tenemos:

- 1 Administrativo (1,1 %) que respondió a veces es cierto, a veces es falso y 5 (5,3 %) a menudo es cierto.
- 3 Coordinadores (3,2 %) que respondió a menudo es cierto y 2 (2,1 %) Muy a menudo es cierto.
- 2 Docentes (2,1 %) que respondió a veces es cierto, a veces es falso, 26 (27,4 %) a menudo es cierto y 25 (26,3 %) Muy a menudo es cierto.
- 1 Practicante (1,1 %) a veces es cierto, a veces es falso; 9 (9,5%) a menudo es cierto y 21 (22,1 %) muy a menudo es cierto.

4.1.2 Variable ambiente laboral de acuerdo al género de los encuestados

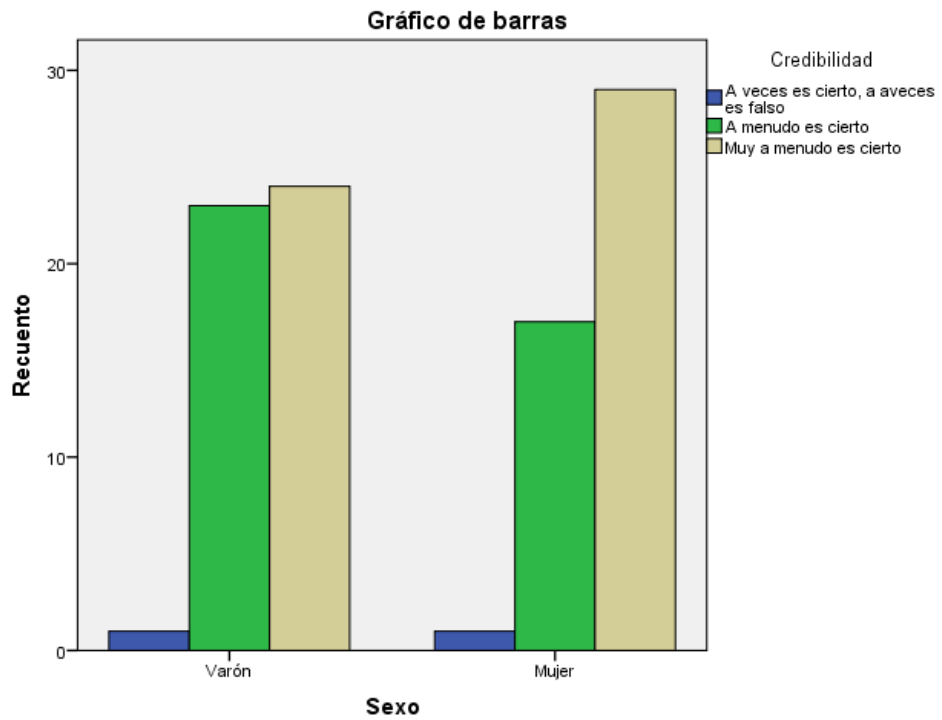
a. Credibilidad- género

Tabla 13

Tabla cruzada Sexo*Credibilidad

			Credibilidad			Total
			A veces es cierto, a veces es falso	A menudo es cierto	Muy a menudo es cierto	
Sexo	Varón	Recuento	1	23	24	48
		% del total	1,1%	24,2%	25,3%	50,5%
	Mujer	Recuento	1	17	29	47
		% del total	1,1%	17,9%	30,5%	49,5%
Total		Recuento	2	40	53	95
		% del total	2,1%	42,1%	55,8%	100,0%

Gráfico 7



Según los resultados en relación a la dimensión de credibilidad y el género de los encuestados tenemos:

- 1 Varón (1,1 %) respondió a veces es cierto, a veces es falso, 23 (24,2 %) a menudo es cierto y 24 (25,3 %) muy a menudo es cierto.
- 1 Mujer (1,1 %) respondió a veces es cierto, a veces es falso, 17 (17,9 %) a menudo es cierto y 29 (30,5 %) muy a menudo es cierto.

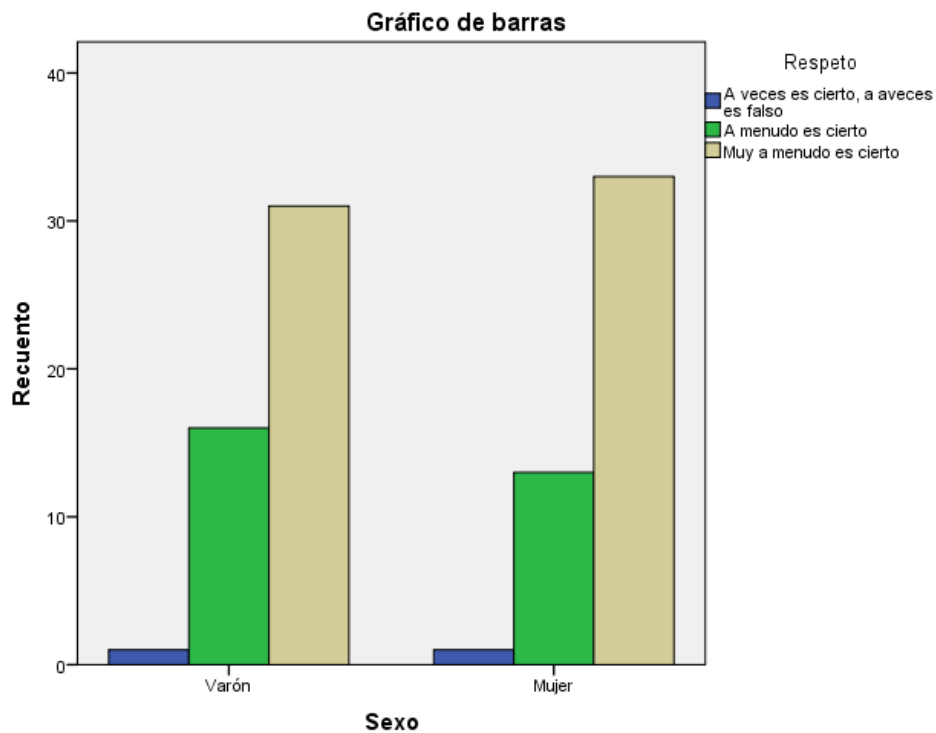
b. Respeto- género

Tabla 14

Tabla cruzada Sexo*Respeto

		Respeto			Total	
		A veces es cierto, a veces es falso	A menudo es cierto	Muy a menudo es cierto		
Sexo	Varón	Recuento	1	16	31	48
		% del total	1,1%	16,8%	32,6%	50,5%
	Mujer	Recuento	1	13	33	47
		% del total	1,1%	13,7%	34,7%	49,5%
Total		Recuento	2	29	64	95
		% del total	2,1%	30,5%	67,4%	100,0%

Gráfico 8



Según los resultados en relación a la dimensión de respeto y el género de los encuestados tenemos:

- 1 Varón (1,1 %) respondió a veces es cierto, a veces es falso, 16 (16,8 %) a menudo es cierto y 31 (32,6 %) muy a menudo es cierto.
- 1 Mujer (1,1 %) respondió a veces es cierto, a veces es falso, 13 (13,7 %) a menudo es cierto y 33 (34,7 %) muy a menudo es cierto.

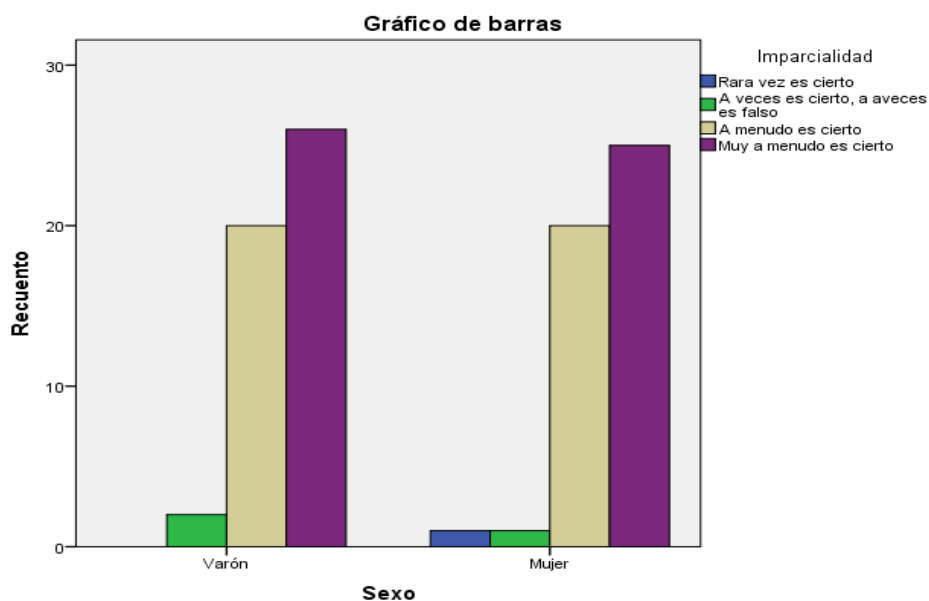
c. Imparcialidad- género

Tabla 15

Tabla cruzada Sexo*Imparcialidad

			Imparcialidad				Total
			Rara vez es cierto	A veces es cierto, a veces es falso	A menudo es cierto	Muy a menudo es cierto	
Sexo	Varón	Recuento	0	2	20	26	48
		% del total	0,0%	2,1%	21,1%	27,4%	50,5%
	Mujer	Recuento	1	1	20	25	47
		% del total	1,1%	1,1%	21,1%	26,3%	49,5%
Total		Recuento	1	3	40	51	95
		% del total	1,1%	3,2%	42,1%	53,7%	100,0%

Gráfico 9



Según los resultados en relación a la dimensión de imparcialidad y el género de los encuestados tenemos:

- 2 Varones (2,1 %) respondió a veces es cierto, a veces es falso, 20 (21,1 %) a menudo es cierto y 25 (26,3 %) muy a menudo es cierto.
- 1 Mujer (1,1 %) respondió rara vez es cierto, 1 (1,1 %) a veces es cierto, a veces es falso, 20 (21,1 %) a menudo es cierto y 25 (26,3 %) muy a menudo es cierto.

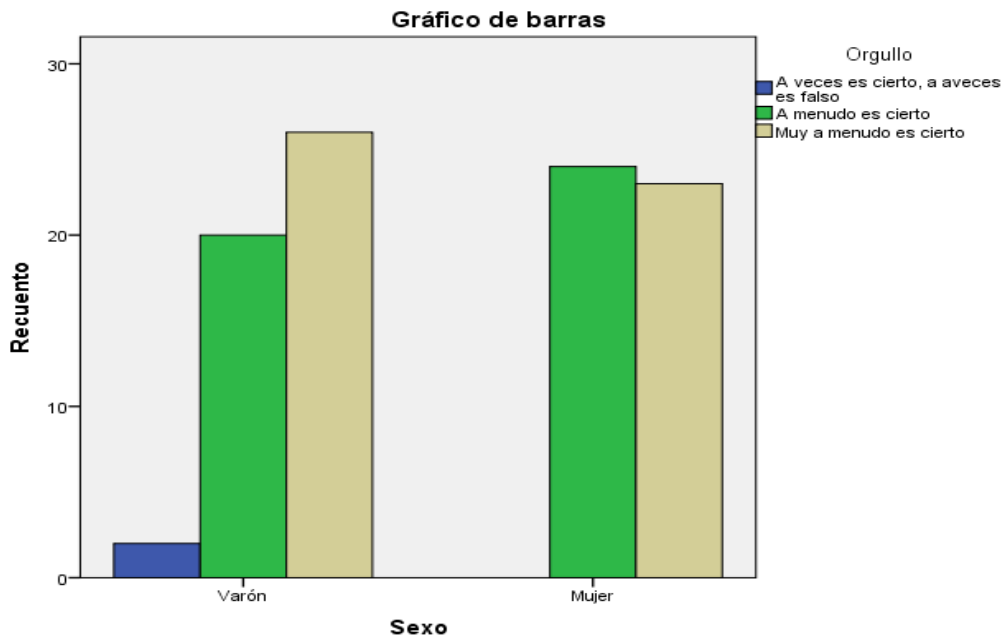
d. Orgullo- género

Tabla 16

Tabla cruzada Sexo*Orgullo

		Orgullo			Total	
		A veces es cierto, a veces es falso	A menudo es cierto	Muy a menudo es cierto		
Sexo	Varón	Recuento	2	20	26	48
		% del total	2,1%	21,1%	27,4%	50,5%
	Mujer	Recuento	0	24	23	47
		% del total	0,0%	25,3%	24,2%	49,5%
Total		Recuento	2	44	49	95
		% del total	2,1%	46,3%	51,6%	100,0%

Gráfico 10



Según los resultados en relación a la dimensión de orgullo y el género de los encuestados tenemos:

- 2 Varones (2,1 %) respondió a veces es cierto, a veces es falso, 20 (21,1 %) a menudo es cierto y 26 (27,4 %) muy a menudo es cierto.
- 24 Mujeres (25,3 %) a menudo es cierto y 23 (24,2 %) muy a menudo es cierto.

e. Camaradería - género

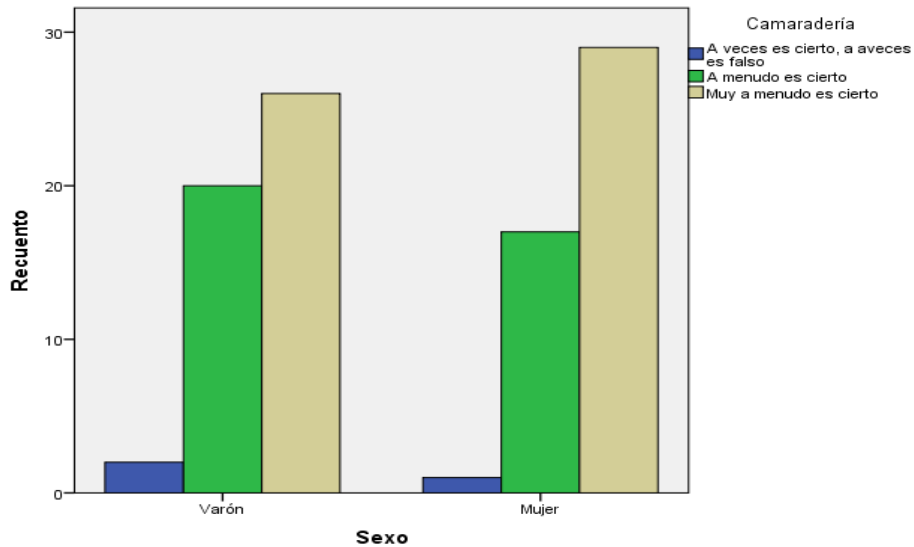
Tabla 17

Tabla cruzada Sexo*Camaradería

		Camaradería			Total	
		A veces es cierto, a veces es falso	A menudo es cierto	Muy a menudo es cierto		
Sexo	Varón	Recuento	2	20	26	48
		% del total	2,1%	21,1%	27,4%	50,5%
	Mujer	Recuento	1	17	29	47
		% del total	1,1%	17,9%	30,5%	49,5%
Total		Recuento	3	37	55	95
		% del total	3,2%	38,9%	57,9%	100,0%

Gráfico 11

Gráfico de barras



Según los resultados en relación a la dimensión de camaradería y el género de los encuestados tenemos:

- 2 Varones (2,1 %) respondió a veces es cierto, a veces es falso, 20 (21,1 %) a menudo es cierto y 26 (27,4 %) muy a menudo es cierto.
- 1 Mujer (1,1 %) a veces cierto, a veces es falso, 17 (17,9%) a menudo es cierto y 29 (30,5 %) muy a menudo es cierto.

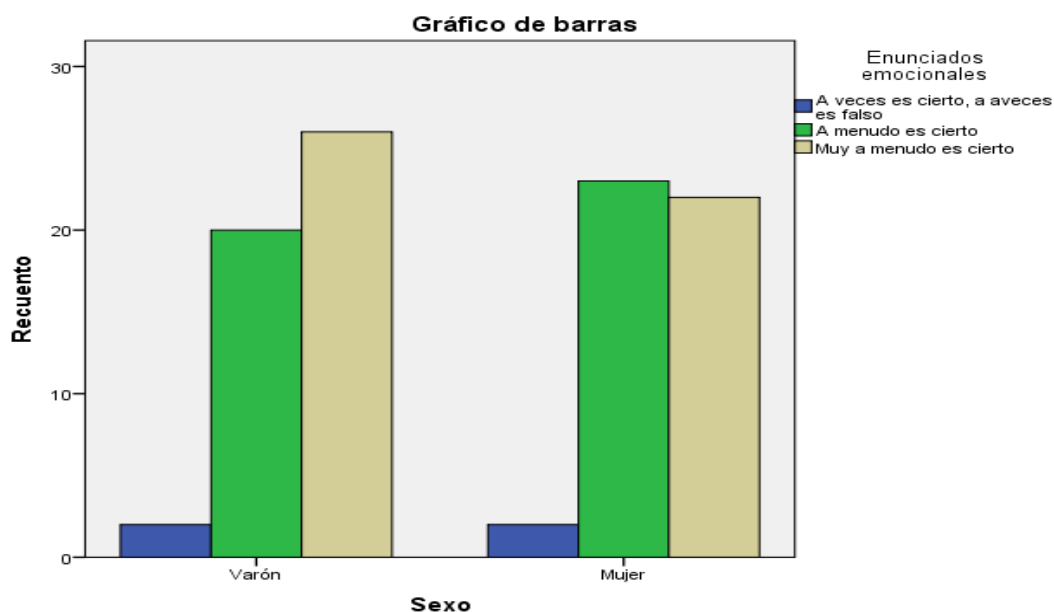
f. Enunciados emocionales- género

Tabla 18

Tabla cruzada Sexo*Enunciados emocionales

			Enunciados emocionales			Total
			A veces es cierto, a veces es falso	A menudo es cierto	Muy a menudo es cierto	
Sexo	Varón	Recuento	2	20	26	48
		% del total	2,1%	21,1%	27,4%	50,5%
	Mujer	Recuento	2	23	22	47
		% del total	2,1%	24,2%	23,2%	49,5%
Total		Recuento	4	43	48	95
		% del total	4,2%	45,3%	50,5%	100,0%

Gráfico 12



Según los resultados en relación a la dimensión de enunciados emocionales y el género de los encuestados tenemos:

- 2 Varones (2,1 %) respondió a veces es cierto, a veces es falso, 20 (21,1 %) a menudo es cierto y 26 (27,4 %) muy a menudo es cierto.
- 2 Mujeres (2,1 %) a veces es cierto, a veces es falso, 23 (24,2%) a menudo es cierto y 22 (23,2 %) muy a menudo es cierto.

4.2 Resultados de la variable comunicación interna

La variable comunicación interna está conformada por 3 dimensiones:

- d. Comunicación descendente
- e. Comunicación ascendente y
- f. Comunicación horizontal

4.2.1. Variable comunicación interna y el cargo de los encuestados

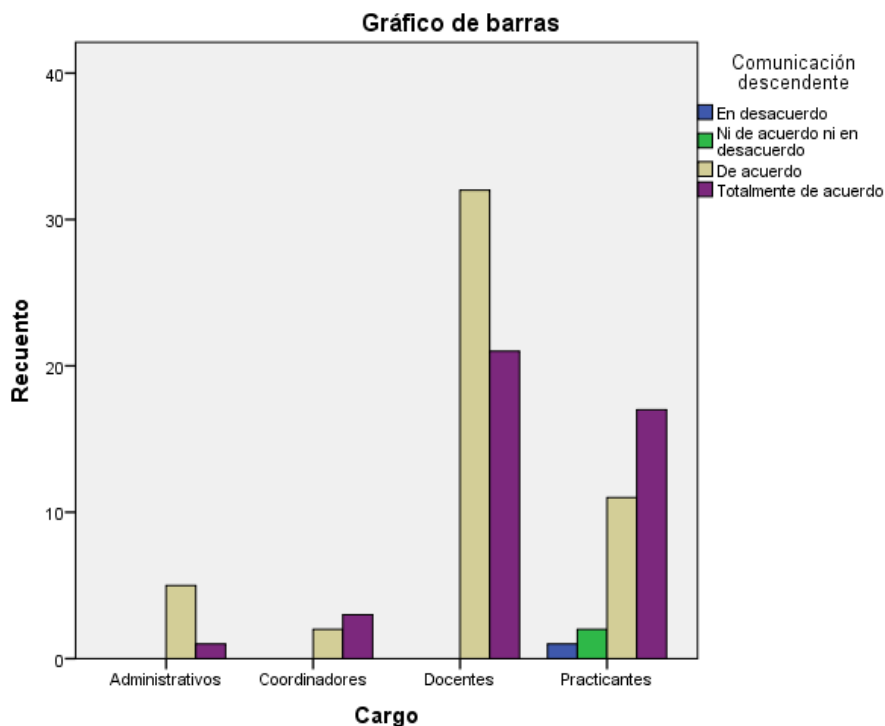
a. Comunicación descendente- cargo

Tabla 19

Tabla cruzada Cargo*Comunicación descendente

			Comunicación descendente				Total
			En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Cargo	Administrativos	Recuento	0	0	5	1	6
		% del total	0,0%	0,0%	5,3%	1,1%	6,3%
	Coordinadores	Recuento	0	0	2	3	5
		% del total	0,0%	0,0%	2,1%	3,2%	5,3%
	Docentes	Recuento	0	0	32	21	53
		% del total	0,0%	0,0%	33,7%	22,1%	55,8%
	Practicantes	Recuento	1	2	11	17	31
		% del total	1,1%	2,1%	11,6%	17,9%	32,6%
Total		Recuento	1	2	50	42	95
		% del total	1,1%	2,1%	52,6%	44,2%	100,0%

Gráfico 13



Según los resultados en relación a la dimensión de la comunicación descendente y el cargo de los encuestados tenemos:

- 5 Administrativos (5,3 %), respondieron estar de acuerdo y 1 (1,1 %) totalmente de acuerdo.
- 2 Coordinadores (2,1 %) respondieron estar de acuerdo y 3 (3,2 %) totalmente de acuerdo.
- 32 Docentes (33,7 %), respondieron estar de acuerdo y 21 (22,1 %) totalmente de acuerdo.
- 1 Practicante (1,1 %) respondió estar en desacuerdo, 2 (2,1%) ni de acuerdo ni en desacuerdo, 11 (11,6 %) de acuerdo y 17 (17,9 %) totalmente de acuerdo.

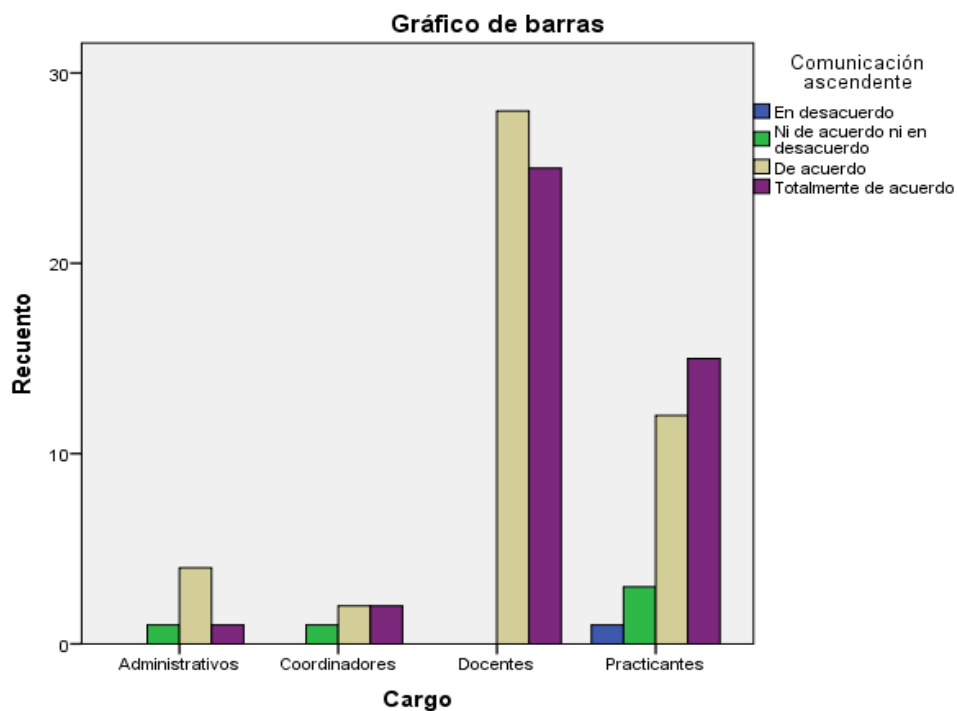
b. Comunicación ascendente- cargo

Tabla 20

Tabla cruzada Cargo*Comunicación ascendente

			Comunicación ascendente				Total
			En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Cargo	Administrativos	Recuento	0	1	4	1	6
		% del total	0,0%	1,1%	4,2%	1,1%	6,3%
	Coordinadores	Recuento	0	1	2	2	5
		% del total	0,0%	1,1%	2,1%	2,1%	5,3%
	Docentes	Recuento	0	0	28	25	53
		% del total	0,0%	0,0%	29,5%	26,3%	55,8%
	Practicantes	Recuento	1	3	12	15	31
		% del total	1,1%	3,2%	12,6%	15,8%	32,6%
Total		Recuento	1	5	46	43	95
		% del total	1,1%	5,3%	48,4%	45,3%	100,0%

Gráfico 14



Según los resultados en relación a la dimensión de la comunicación ascendente y el cargo de los encuestados tenemos:

- 1 Administrativo (1,1 %), respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 (4,2 %) de acuerdo y 1 (1,1 %) totalmente de acuerdo.
- 1 Coordinador (1,1 %) respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2 (2,1 %) de acuerdo y 2 (3,2 %) totalmente de acuerdo.
- 28 Docentes (29,5 %), respondieron estar de acuerdo y 25 (26,3 %) totalmente de acuerdo.
- 1 Practicante (1,1 %) respondió estar en desacuerdo, 3 (3,2 %) ni de acuerdo ni en desacuerdo, 12 (12,6 %) de acuerdo y 15 (15,8 %) totalmente de acuerdo.

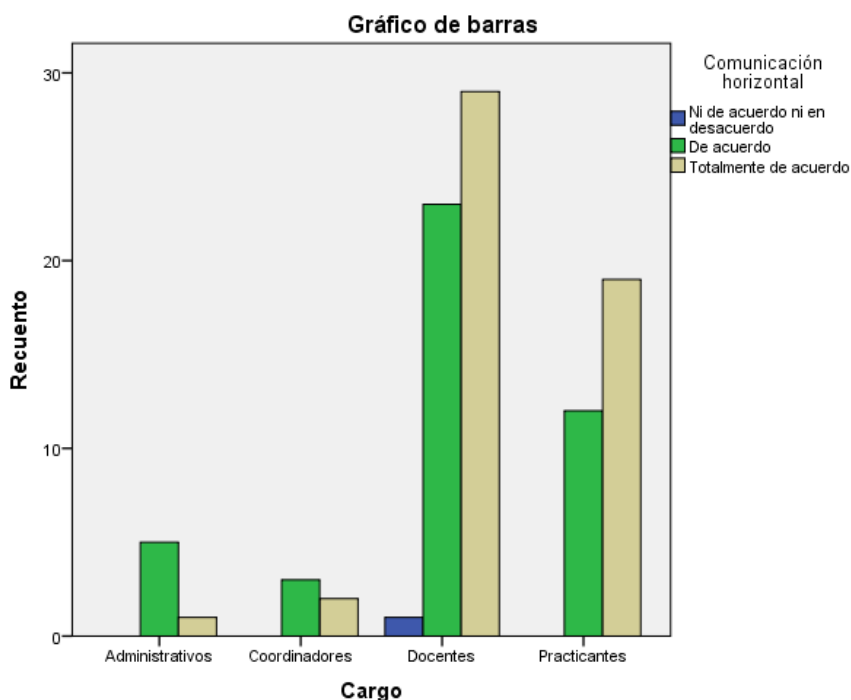
c. Comunicación horizontal- cargo

Tabla 21

Tabla cruzada Cargo*Comunicación horizontal

			Comunicación horizontal			Total
			Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Cargo	Administrativos	Recuento	0	5	1	6
		% del total	0,0%	5,3%	1,1%	6,3%
	Coordinadores	Recuento	0	3	2	5
		% del total	0,0%	3,2%	2,1%	5,3%
	Docentes	Recuento	1	23	29	53
		% del total	1,1%	24,2%	30,5%	55,8%
	Practicantes	Recuento	0	12	19	31
		% del total	0,0%	12,6%	20,0%	32,6%
Total		Recuento	1	43	51	95
		% del total	1,1%	45,3%	53,7%	100,0%

Gráfico 15



Según los resultados en relación a la dimensión de la comunicación horizontal y el cargo de los encuestados tenemos:

- 5 Administrativos (5,3 %), respondieron estar de acuerdo y 1 (1,1 %) totalmente de acuerdo.
- 3 Coordinadores (3,2 %) respondieron estar de acuerdo y 2 (2,1%) totalmente de acuerdo.
- 1 Docente (29,5 %), respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, 23 (24,2 %) de acuerdo y 29 (30,5 %) totalmente de acuerdo.
- 12 Practicante (12,6 %) respondieron estar de acuerdo y 19 (20 %) totalmente de acuerdo.

4.2.2 Variable comunicación interna y el género de los encuestados

a. Comunicación descendente- género

Tabla 22

Tabla cruzada Sexo*Comunicación descendente

			Comunicación descendente				Total
			En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Varón	Recuento	0	0	25	23	48
		% del total	0,0%	0,0%	26,3%	24,2%	50,5%
	Mujer	Recuento	1	2	25	19	47
		% del total	1,1%	2,1%	26,3%	20,0%	49,5%
Total		Recuento	1	2	50	42	95
		% del total	1,1%	2,1%	52,6%	44,2%	100,0%

Gráfico 16



Según los resultados en relación a la comunicación descendente y el género de los encuestados tenemos:

- 25 Varones (26,3 %) estar de acuerdo y 23 (24,%) totalmente de acuerdo
- 1 Mujer (1,1 %) estar en desacuerdo, 2 (2,1 %) ni de acuerdo ni en desacuerdo, 25 (26,3 %) de acuerdo y 19 (20 %) totalmente de acuerdo.

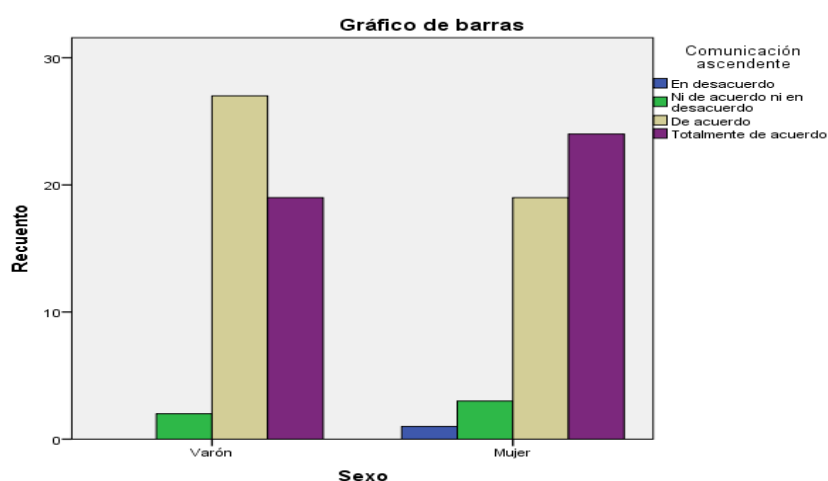
b. Comunicación ascendente- género

Tabla 23

Tabla cruzada Sexo*Comunicación ascendente

		Comunicación ascendente				Total	
		En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo		
Sexo	Varón	Recuento	0	2	27	19	48
		% del total	0,0%	2,1%	28,4%	20,0%	50,5%
	Mujer	Recuento	1	3	19	24	47
		% del total	1,1%	3,2%	20,0%	25,3%	49,5%
Total		Recuento	1	5	46	43	95
		% del total	1,1%	5,3%	48,4%	45,3%	100,0%

Gráfico 17



Según los resultados en relación a la comunicación ascendente y el género de los encuestados tenemos:

- 2 Varones (2,1 %) respondieron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 27 (28,4 %) de acuerdo y 19 (20,%) totalmente de acuerdo.
- 1 Mujer (1,1 %) respondió estar en desacuerdo, 3 (3,2 %) ni de acuerdo ni en desacuerdo, 19 (20 %) de acuerdo y 24 (25,3%) totalmente de acuerdo.

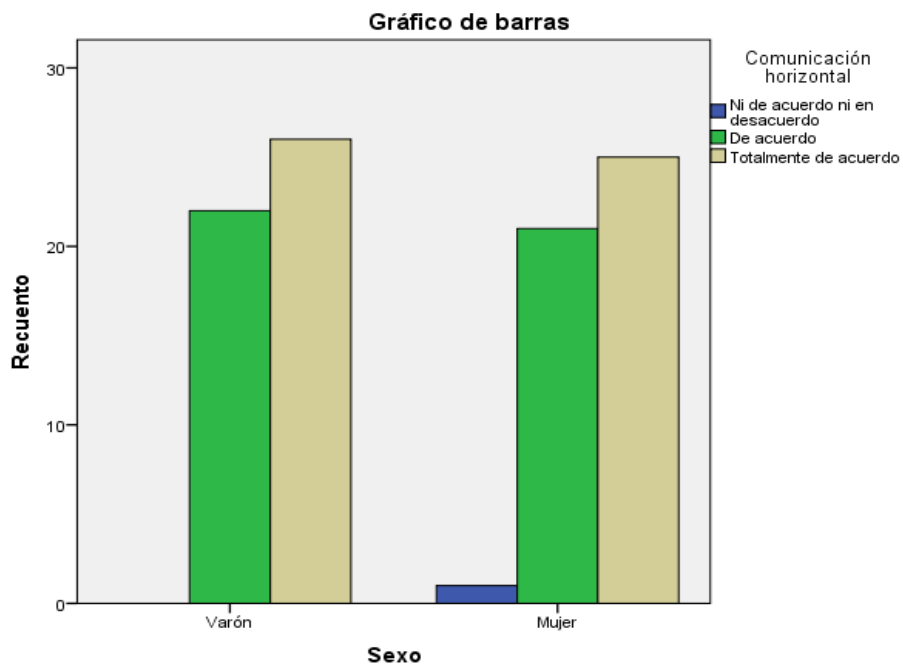
c. Comunicación horizontal- género

Tabla 24

Tabla cruzada Sexo*Comunicación horizontal

			Comunicación horizontal			Total
			Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Varón	Recuento	0	22	26	48
		% del total	0,0%	23,2%	27,4%	50,5%
	Mujer	Recuento	1	21	25	47
		% del total	1,1%	22,1%	26,3%	49,5%
Total		Recuento	1	43	51	95
		% del total	1,1%	45,3%	53,7%	100,0%

Gráfico 18



Según los resultados en relación a la comunicación horizontal y el género de los encuestados tenemos:

- 22 Varones (23,2 %) respondieron estar de acuerdo y 26 (27,4,%) totalmente de acuerdo.
- 1 Mujer (1,1 %) respondió estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, 21 (22,1 %) de acuerdo y 25 (26,3%) totalmente de acuerdo.

4.3 RESULTADOS DESCRIPTIVOS TOTALES

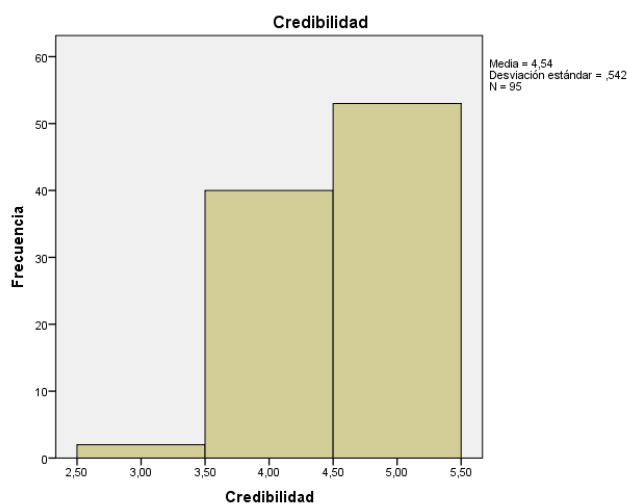
4.3.1 Resultados totales de las dimensiones de la variable ambiente laboral

a. Credibilidad

Tabla 25

Credibilidad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces es cierto, a veces es falso	2	2,1	2,1	2,1
A menudo es cierto	40	42,1	42,1	44,2
Muy a menudo es cierto	53	55,8	55,8	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Gráfico 19



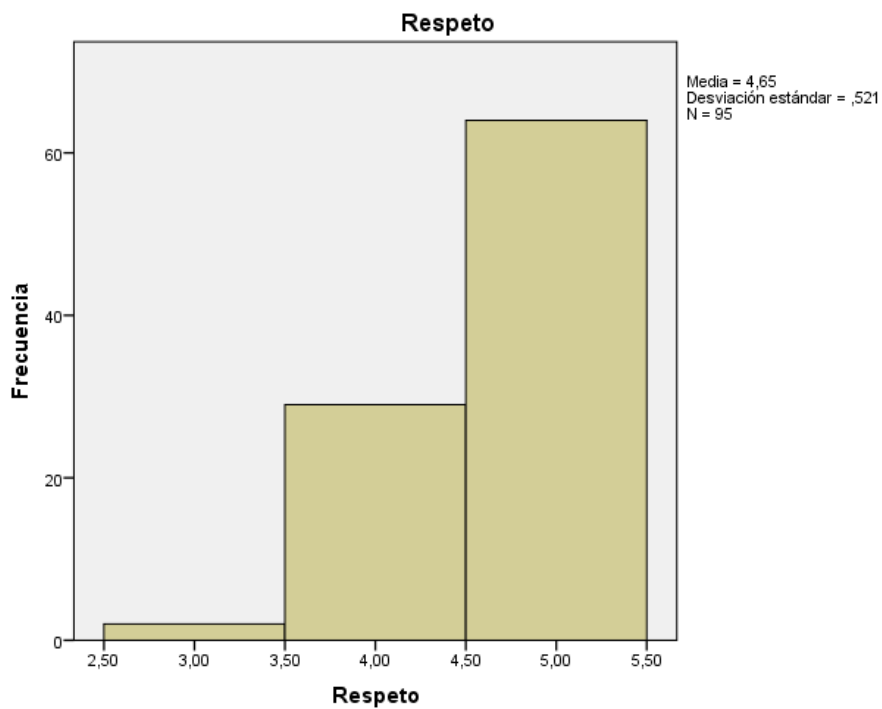
Según los resultados en relación a la dimensión de credibilidad observamos que 2 encuestados (2,1 %) respondieron a veces es cierto, a veces es falso, 40 (42,1 %) a menudo es cierto, 53 (55,8 %) muy a menudo es cierto.

b. Respeto

Tabla 26

Respeto				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces es cierto, a veces es falso	2	2,1	2,1	2,1
A menudo es cierto	29	30,5	30,5	32,6
Muy a menudo es cierto	64	67,4	67,4	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Gráfico 20



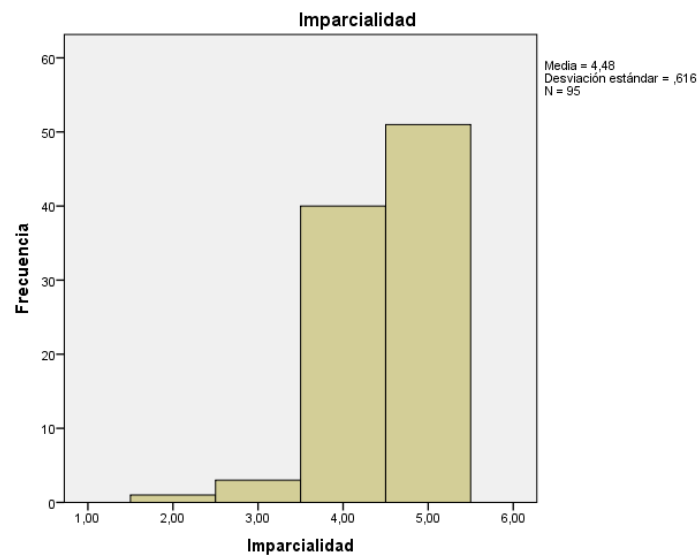
Según los resultados en relación a la dimensión de respeto observamos que 2 encuestados (2,1 %) respondieron a veces es cierto, a veces es falso, 29 (30,5 %) a menudo es cierto, 64 (67,4 %) muy a menudo es cierto.

c. Imparcialidad

Tabla 27

Imparcialidad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Rara vez es cierto	1	1,1	1,1	1,1
A veces es cierto, a veces es falso	3	3,2	3,2	4,2
A menudo es cierto	40	42,1	42,1	46,3
Muy a menudo es cierto	51	53,7	53,7	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Gráfico 21



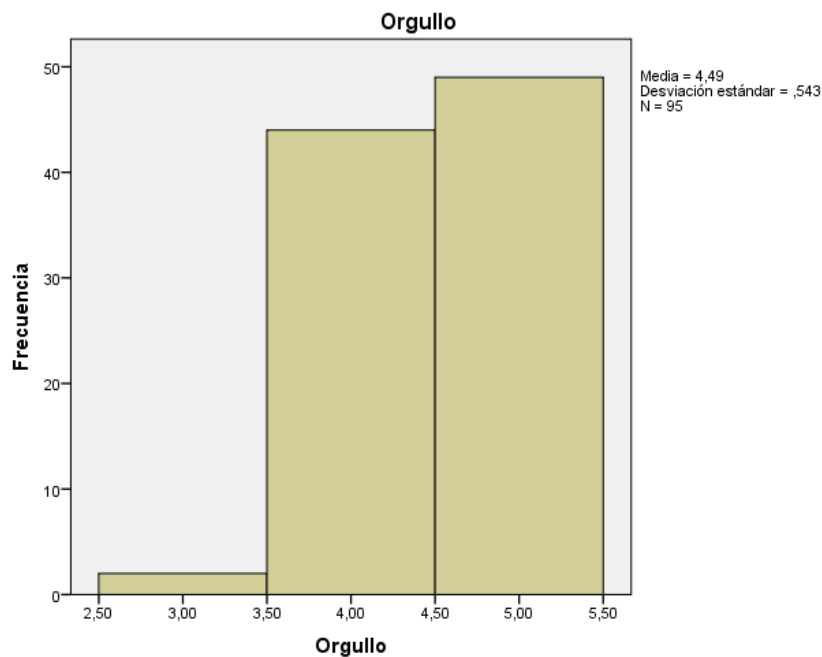
Según los resultados en relación a la dimensión de imparcialidad observamos que 1 encuestado (1,1 %) respondió rara vez es cierto; 3 (3,2 %) a veces es cierto, a veces es falso, 40 (42,1 %) a menudo es cierto y 51 (53,7 %) muy a menudo es cierto.

d. Orgullo

Tabla 28

Orgullo				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces es cierto, a veces es falso	2	2,1	2,1	2,1
A menudo es cierto	44	46,3	46,3	48,4
Muy a menudo es cierto	49	51,6	51,6	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Gráfico 22



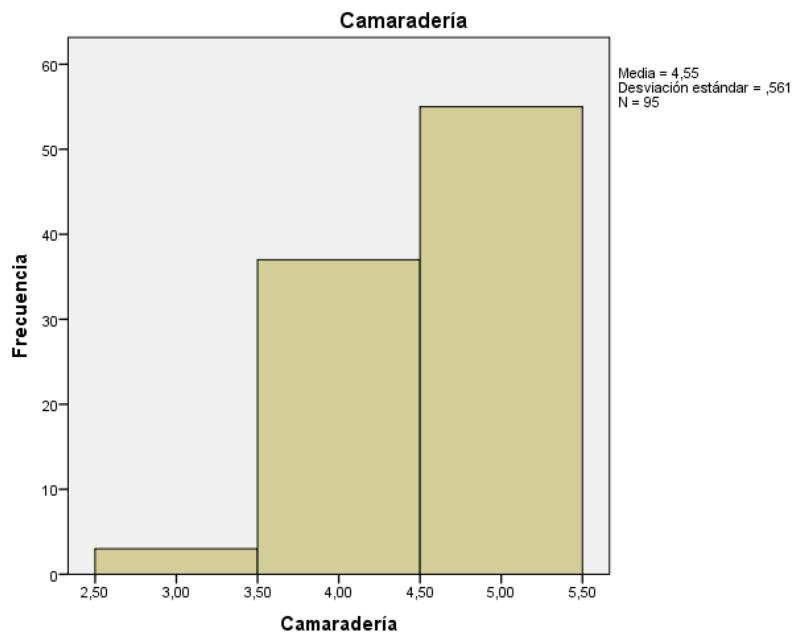
Según los resultados en relación a la dimensión de orgullo observamos que 2 encuestados (2,1 %) respondieron a veces es cierto, a veces es falso, 44 (46,3 %) a menudo es cierto y 49 (51,6 %) muy a menudo es cierto.

e. Camaradería

Tabla 29

Camaradería				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces es cierto, a veces es falso	3	3,2	3,2	3,2
A menudo es cierto	37	38,9	38,9	42,1
Muy a menudo es cierto	55	57,9	57,9	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Gráfico 23



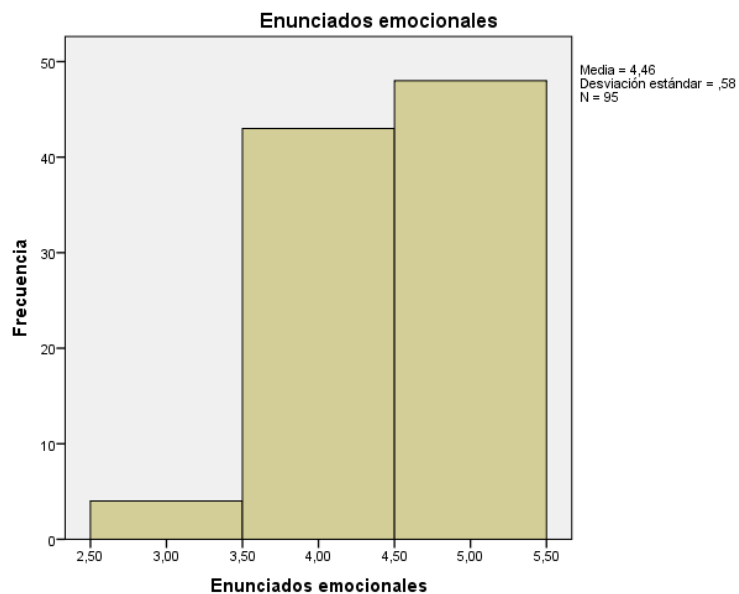
Según los resultados en relación a la dimensión de camaradería observamos que 3 encuestados (3,2 %) respondieron a veces es cierto, a veces es falso, 37 (38,9 %) a menudo es cierto y 55 (57,9 %) muy a menudo es cierto.

f. Enunciados emocionales

Tabla 30

Enunciados emocionales				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces es cierto, a veces es falso	4	4,2	4,2	4,2
A menudo es cierto	43	45,3	45,3	49,5
Muy a menudo es cierto	48	50,5	50,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Gráfico 24



Según los resultados en relación a la dimensión de enunciados emocionales observamos que 4 encuestados (4,2 %) respondieron a veces es cierto, a veces es falso, 43 (45,3 %) a menudo es cierto y 48 (50,5 %) muy a menudo es cierto.

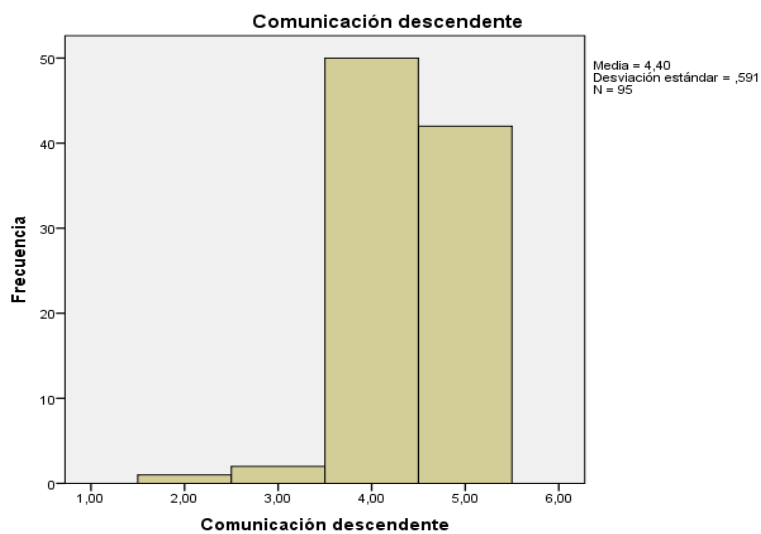
4.3.2 Resultados totales de las dimensiones de la variable comunicación interna

a. Comunicación descendente

Tabla 31

Comunicación descendente				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	1,1	1,1	1,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	2,1	2,1	3,2
De acuerdo	50	52,6	52,6	55,8
Totalmente de acuerdo	42	44,2	44,2	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Gráfico 25



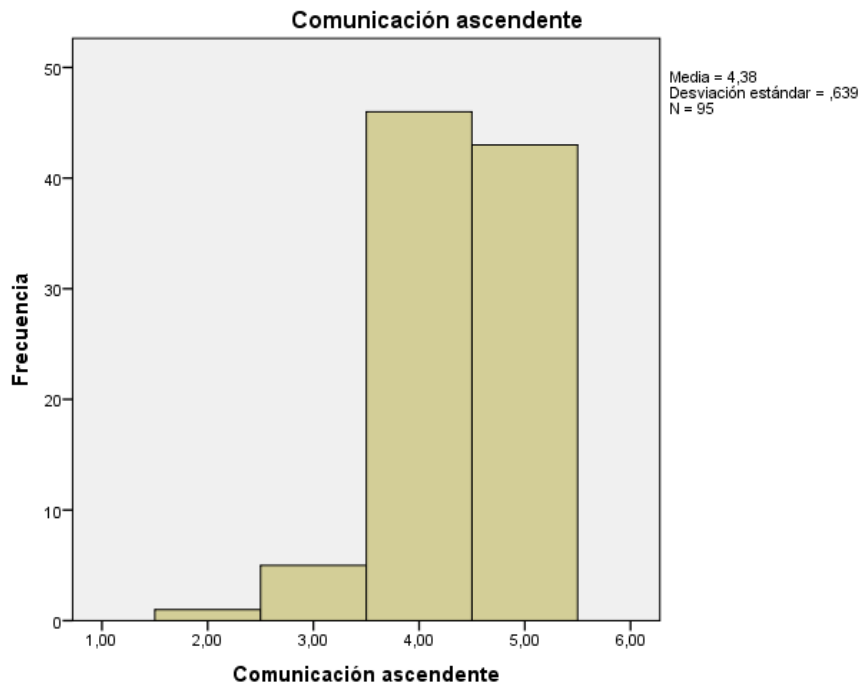
Según los resultados en relación a la dimensión de comunicación descendente observamos que 1 encuestado (1,1 %) respondió estar en desacuerdo, 2 (2,1 %) ni de acuerdo ni en desacuerdo, 50 (52,6 %) de acuerdo y 42 (44,2 %) totalmente de acuerdo.

b. Comunicación ascendente

Tabla 32

Comunicación ascendente				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	1,1	1,1	1,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	5,3	5,3	6,3
De acuerdo	46	48,4	48,4	54,7
Totalmente de acuerdo	43	45,3	45,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Gráfico 26



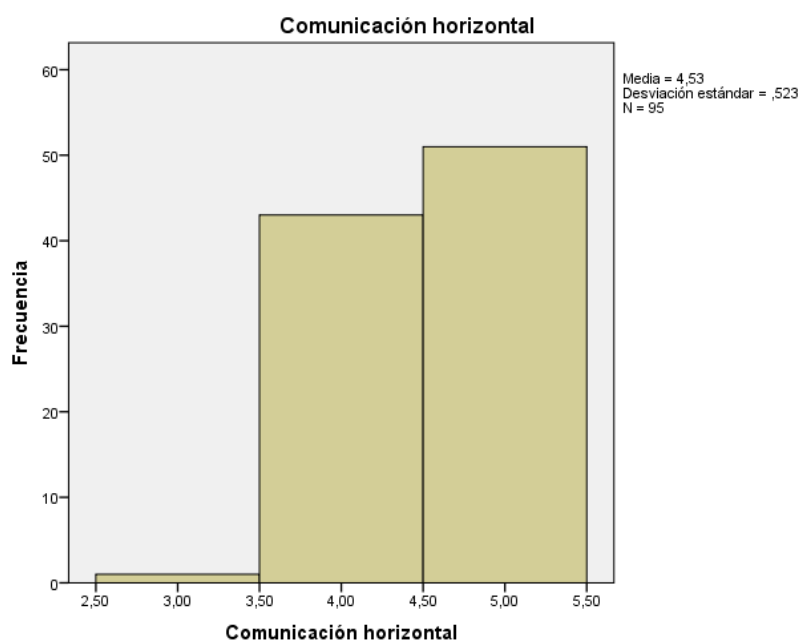
Según los resultados en relación a la dimensión de comunicación ascendente observamos que 1 encuestado (1,1 %) respondió estar en desacuerdo, 5 (5,3 %) ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46 (48,4 %) de acuerdo y 43 (45,3 %) totalmente de acuerdo.

c. Comunicación horizontal

Tabla 33

Comunicación horizontal				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1,1	1,1	1,1
De acuerdo	43	45,3	45,3	46,3
Totalmente de acuerdo	51	53,7	53,7	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Gráfico 27



Según los resultados en relación a la dimensión de comunicación horizontal observamos que 1 encuestado (1,1 %) respondió estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, 43 (45,3 %) de acuerdo y 51 (53,7 %) totalmente de acuerdo.

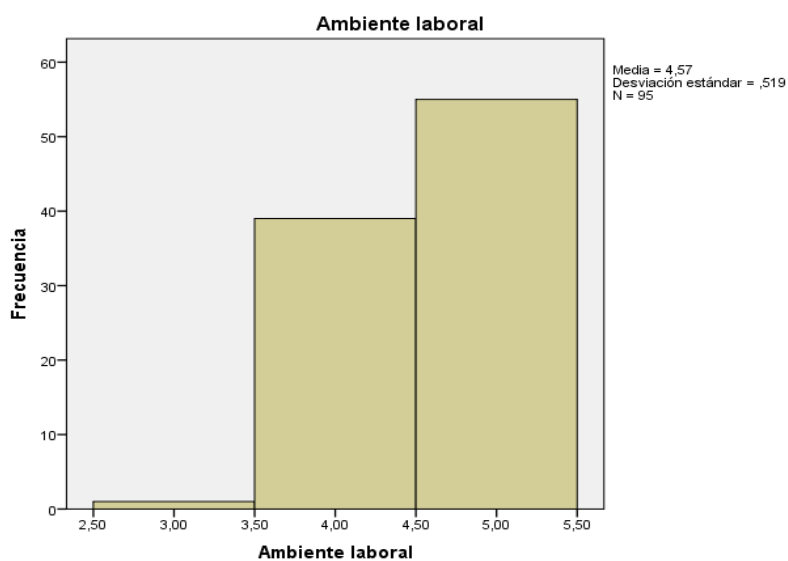
4. 4 RESULTADOS TOTALES DE LAS VARIABLES DE ESTUDIO

4.4.1 Resultados descriptivos de la variable: Ambiente laboral

Tabla 34

Ambiente laboral				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces es cierto, a veces es falso	1	1,1	1,1	1,1
A menudo es cierto	39	41,1	41,1	42,1
Muy a menudo es cierto	55	57,9	57,9	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Gráfico 28



Según los resultados descriptivos totales de la variable ambiente laboral observamos que; 1 encuestado (1,1 %) respondieron a veces es cierto, a veces es falso, 39 (41, %) a menudo es cierto y 55 (57,9 %) muy a menudo es cierto.

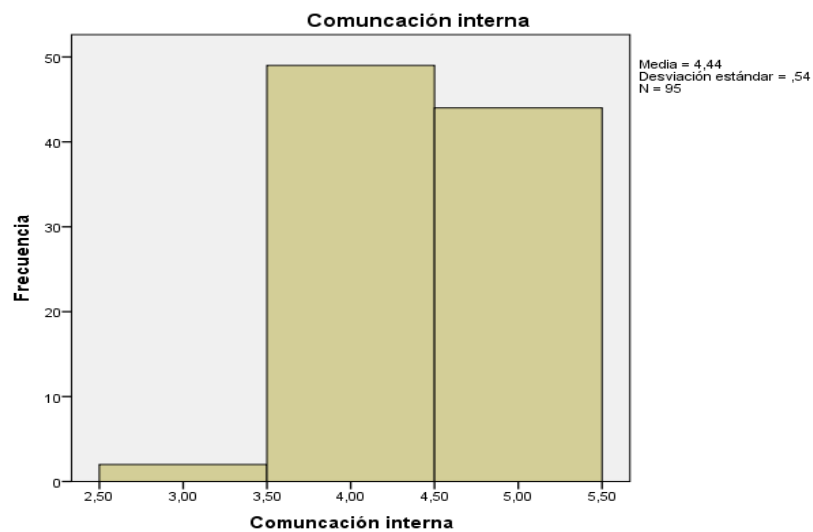
4.4. 2 Resultados totales descriptivos de la variable:

Comunicación interna

Tabla 35

Comunicación interna				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	2,1	2,1	2,1
De acuerdo	49	51,6	51,6	53,7
Totalmente de acuerdo	44	46,3	46,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Gráfico 29



Según los resultados descriptivo totales de la variable comunicación interna observamos que; 2 encuestados (2,1 %) respondió estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, 49 (51,6 %) de acuerdo y 44 (46,3 %) totalmente de acuerdo.

4.5 PRUEBA DE NORMALIDAD:

Con la finalidad de saber si hay concordancia y homogeneidad con los datos, se tomó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra, a continuación presentamos los resultados:

Tabla 36

		Ambiente laboral	Comunicación interna
N		95	95
Parámetros normales ^{a,b}	Media	4,5684	4,4421
	Desviación estándar	,51885	,54021
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,376	,330
	Positivo	,284	,330
	Negativo	-,376	-,312
Estadístico de prueba		,376	,330
Sig. asintótica (bilateral)		,000 ^c	,000 ^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Según los resultados observamos que:

- La variable: Ambiente laboral presenta un valor $Z = ,376$
- La variable: Comunicación interna presenta un valor $Z = ,330$

En ambos casos son mayores a ,05.

Por lo tanto: **La distribución de los datos en normal**, por lo que se aplicará la Correlación de Pearson, para contrastar las hipótesis de investigación.

4.6 PRUEBA DE HIPÓTESIS

4.6.1 Hipótesis general

H₁ Existe relación significativa entre el Ambiente laboral y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

H₀ No existe relación significativa entre el Ambiente laboral y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

Tabla 37

		Correlaciones	
		Ambiente laboral	Comunicación interna
Ambiente laboral	Correlación de Pearson	1	,460**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	95	95
Comunicación interna	Correlación de Pearson	,460**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	95	95

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según los resultados obtenidos entre las variables Ambiente laboral y la Comunicación interna, existe una Correlación de Pearson = ,460** , que es una correlación positiva débil y con una significancia bilateral = ,000 < ,05

Por lo tanto:

Se acepta la hipótesis general de investigación. Es decir: Existe relación significativa entre el Ambiente laboral y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

4.6.2 Hipótesis específicas

Hipótesis específica 1 :

H₁ Existe relación significativa entre la credibilidad y la comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017.

H₀ No existe relación significativa entre la credibilidad y la comunicación interna de los colaboradores de la Facultad

Tabla 38

Hipótesis específica 1

		Correlaciones	
		Credibilidad	Comunicación interna
Credibilidad	Correlación de Pearson	1	,271**
	Sig. (bilateral)		,008
	N	95	95
Comunicación interna	Correlación de Pearson	,271**	1
	Sig. (bilateral)	,008	
	N	95	95

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según los resultados obtenidos entre las variables credibilidad y la Comunicación interna, existe una Correlación de Pearson = ,271** , que es una correlación positiva débil y con una significancia bilateral = ,008 < ,05

Por lo tanto:

Se acepta la hipótesis específica 1: Existe relación significativa entre la credibilidad y la comunicación interna de

los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017.

Hipótesis específica 2 :

H₂ Existe relación significativa existe entre el respeto y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

H₀ No existe relación significativa existe entre el respeto y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

Tabla 39

Hipótesis específica 2

		Correlaciones	
		Respeto	Comunicación interna
Respeto	Correlación de Pearson	1	,362**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	95	95
Comunicación interna	Correlación de Pearson	,362**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	95	95

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según los resultados obtenidos entre las variables respeto y la Comunicación interna, existe una Correlación de Pearson = ,362** , que es una correlación positiva débil y con una significancia bilateral = ,000 < ,05

Por lo tanto:

Se acepta la hipótesis específica 2: Existe relación significativa existe entre el respeto y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

Hipótesis específica 3:

H₃ Existe relación significativa existe entre la imparciabilidad y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

H₀ No existe relación significativa existe entre la imparciabilidad y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

Tabla 40

Hipótesis específica 3

		Correlaciones	
		Imparcialidad	Comunicación interna
Imparcialidad	Correlación de Pearson	1	,468**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	95	95
Comunicación interna	Correlación de Pearson	,468**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	95	95

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según los resultados obtenidos entre las variables imparcialidad y la Comunicación interna, existe una Correlación de Pearson = ,468** , que es una correlación positiva débil y con una significancia bilateral = ,000 < ,05

Por lo tanto:

Se acepta la hipótesis específica 3: Existe relación significativa existe entre la imparciabilidad y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017.

Hipótesis específica 4:

H₄ Existe relación significativa existe entre el orgullo y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

H₀ No existe relación significativa existe entre el orgullo y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

Tabla 41
Hipótesis específica 4

		Correlaciones	
		Orgullo	Comunicación interna
Orgullo	Correlación de Pearson	1	,334**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	95	95
Comunicación interna	Correlación de Pearson	,334**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	95	95

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según los resultados obtenidos entre las variables orgullo y la Comunicación interna, existe una Correlación de Pearson =

,334** , que es una correlación positiva débil y con una significancia bilateral = ,001 < ,05

Por lo tanto:

Se acepta la hipótesis específica 4: Existe relación significativa existe entre el orgullo y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

Hipótesis específica 5:

H₅ Existe relación significativa existe entre la camaradería y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

H₀ No existe relación significativa existe entre la camaradería y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

Tabla 42

Hipótesis específica 5

		Correlaciones	
		Camaradería	Comunicación interna
Camaradería	Correlación de Pearson	1	,422**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	95	95
Comunicación interna	Correlación de Pearson	,422**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	95	95

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según los resultados obtenidos entre las variables camaradería y la Comunicación interna, existe una Correlación de Pearson = ,422** , que es una correlación positiva débil y con una significancia bilateral = ,000 < ,05

Por lo tanto:

Se acepta la hipótesis específica 5: Existe relación significativa existe entre la camaradería y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017.

Hipótesis específica 6:

H₆ Existe relación significativa existe entre los enunciados nacionales y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

H₀ No existe relación significativa existe entre los enunciados nacionales y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

Tabla 43

Hipótesis específica 6

Correlaciones			
		Enunciados emocionales	Comunicación interna
Enunciados emocionales	Correlación de Pearson	1	,426**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	95	95
Comunicación interna	Correlación de Pearson	,426**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	95	95

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según los resultados obtenidos entre las variables respeto y la Comunicación interna, existe una Correlación de Pearson =

,426** , que es una correlación positiva débil y con una significancia bilateral = ,000 < ,05

Por lo tanto:

Se acepta la hipótesis específica 6: Existe relación significativa entre los enunciados nacionales y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El presente capítulo lo desarrollamos considerando los resultados obtenidos en el capítulo anterior.

A continuación presentamos los resultados más importantes:

- **Resultados de la variable: Ambiente laboral por dimensiones:**

- Según los resultados en relación a la dimensión de **credibilidad** observamos que 2 encuestados (2,1 %) respondieron a veces es cierto, a veces es falso, 40 (42,1 %) a menudo es cierto, 53 (55,8 %) muy a menudo es cierto. Lo que significa que un 55,8% de la población confía plenamente en las políticas de los valores que son coherentes con la ética. Sin embargo, el 42,1% sostiene que debe haber una mejor comunicación entre los jefes, coordinadores y los demás colaboradores. Esta debe ser clara, sencilla y consisa de acuerdo a los objetivos que persigue la institución.
- Según los resultados en relación a la dimensión de **respeto** observamos que 2 encuestados (2,1 %) respondieron a veces es cierto, a veces es falso, 29 (30,5 %) a menudo es cierto, 64 (67,4 %) muy a menudo es cierto. Lo que significa que 97,9 % muestra un alto grado de apoyo profesional y reconocimiento

al trabajo del colaborador. Asimismo, es alto el interés como persona que se les brinda a los colaboradores, pues propicia que se equilibre la vida laboral con la personal, lo que conlleva a un buen clima laboral y de respeto en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UTP.

- Según los resultados en relación a la dimensión de **imparcialidad** observamos que 1 encuestado (1,1 %) respondió rara vez es cierto; 3 (3,2 %) a veces es cierto, a veces es falso, 40 (42,1 %) a menudo es cierto y 51 (53,7 %) muy a menudo es cierto. Lo que significa que existe un 95,8 % de equidad en los sistemas de recompensas, igualdad de oportunidades y un trato justo entre todos los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UTP.
- Según los resultados en relación a la dimensión de **orgullo** observamos que 2 encuestados (2,1 %) respondieron a veces es cierto, a veces es falso, 44 (46,3 %) a menudo es cierto y 49 (51,6 %) muy a menudo es cierto. Lo que significa que 97,9 %, valora a la organización y es alto de sentido de pertenencia del colaborador, pues se valora el trabajo individual y las metas cumplidas en equipo. Asimismo, la imagen corporativa de la organización contribuye al orgullo del colaborador de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UTP.

- Según los resultados en relación a la dimensión de **camaradería** observamos que 3 encuestados (3,2 %) respondieron a veces es cierto, a veces es falso, 37 (38,9 %) a menudo es cierto y 55 (57,9 %) muy a menudo es cierto. Lo que significa que 96.8 5% en relación a la convivencia social dentro de la organización es muy buena, el sentido de familiaridad al celebrarse los eventos especiales, hacen sentir al colaborador “como en casa”. Asimismo, es un lugar acogedor, amigable y entretenido para quien colabora en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UTP.

 - Según los resultados en relación a la dimensión de **enunciados emocionales** observamos que 4 encuestados (4,2 %) respondieron a veces es cierto, a veces es falso, 43 (45,3 %) a menudo es cierto y 48 (50,5 %) muy a menudo es cierto. Lo que significa que 95,8 % de colaboradores de la organización contribuye con reducir el impacto ambiental y participa en actividades que benefician a la comunidad. Esto hace que los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UTP, se sientan en coherencia con los enunciados nacionales que se plantean.
- **Resultados de la variable: Comunicación interna por dimensiones:**

- Según los resultados en relación a la dimensión de comunicación descendente observamos que 1 encuestado (1,1 %) respondió estar en desacuerdo, 2 (2,1 %) ni de acuerdo ni en desacuerdo, 50 (52,6 %) de acuerdo y 42 (44,2 %) totalmente de acuerdo. Lo que significa que el 96,8 % de técnicas y herramientas son utilizadas para establecer la política de comunicación descendente, son las apropiadas y bien recibidas por los colaboradores de la la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UTP.

- Según los resultados en relación a la dimensión de comunicación ascendente observamos que 1 encuestado (1,1 %) respondió estar en desacuerdo, 5 (5,3 %) ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46 (48,4 %) de acuerdo y 43 (45,3 %) totalmente de acuerdo. Lo que significa que 93.7 % está de acuerdo con la política de “puertas abiertas” establecida en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UTP, que es coherente y eficaz para los colaboradores, pues permite un flujo directo de información por los canales adecuados.

- Según los resultados en relación a la dimensión de comunicación horizontal observamos que 1 encuestado (1,1 %) respondió estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, 43 (45,3 %) de acuerdo y 51 (53,7 %) totalmente de acuerdo. Lo que significa que el 99 % de los canales de comunicación entre los

colaboradores y las innovadoras técnicas implementadas por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UTP, son las adecuadas.

- **Resultados descriptivos generales de la variable: Ambiente laboral**

Según los resultados descriptivos totales de la variable ambiente laboral observamos que; 1 encuestado (1,1 %) respondieron a veces es cierto, a veces es falso, 39 (41, %) a menudo es cierto y 55 (57,9 %) muy a menudo es cierto. Lo que significa que esta variable es muy susceptible y debe ser trabajada permanentemente, pues los índices reflejan estabilidad en cierto tiempo, pero puede cambiar muy rápidamente, dependiendo de factores endógenos o exógenos.

- **Resultados descriptivos generales de la variable: Comunicación interna.**

Según los resultados descriptivos totales de la variable comunicación interna observamos que; 2 encuestados (2,1 %) respondió estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, 49 (51,6 %) de acuerdo y 44 (46,3 %) totalmente de acuerdo. Lo que significa que la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UTP debe trabajar esta variable con un enfoque holístico y transversal, pues

las dimensiones establecidas en la presente investigación muestran que la comunicación puede enfocarse de manera óptima y eficaz si es que se establecen políticas comunicacionales internas orientadas al desempeño y competitividad de los colaboradores.

- **Resultados de las pruebas de las hipótesis:**

- **Hipótesis general:** Existe relación significativa entre el Ambiente laboral y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017, quedando demostrada con una Correlación de Pearson = ,460** , que es una correlación positiva débil y con una significancia bilateral = ,000 < ,05
- **Hipótesis específica 1 :** Existe relación significativa entre la credibilidad y la comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017, quedando demostrada con una Correlación de Pearson = ,271** , que es una corelación positiva débil y con una significancia bilateral = ,008 < ,05
- **Hipótesis específica 2 :** Existe relación significativa existe entre el respeto y la Comunicación interna de los colaboradores

de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017, quedando demostrada con una Según los resultados obtenidos entre las variables respeto y la Comunicación interna, existe una Correlación de Pearson = ,362** , que es una correlación positiva débil y con una significancia bilateral = ,000 < ,05

- **Hipótesis específica 3** : Existe relación significativa existe entre la imparciabilidad y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017, quedando demostrada con una Correlación de Pearson = ,468** , que es una correlación positiva débil y con una significancia bilateral = ,000 < ,05

- **Hipótesis específica 4** : Existe relación significativa existe entre el orgullo y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017, quedando demostrada con una Correlación de Pearson = ,334** , que es una correlación positiva débil y con una significancia bilateral = ,001 < ,05

- **Hipótesis específica 5** : Existe relación significativa existe entre la camaradería y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017, quedando

demostrada con una Correlación de Pearson = ,422** , que es una correlación positiva débil y con una significancia bilateral = ,000 < ,05

- **Hipótesis específica 6** : Existe relación significativa existe entre los enunciados nacionales y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017, quedando demostrada con una Correlación de Pearson = ,426** , que es una correlación positiva débil y con una significancia bilateral = ,000 < ,05

- **Discusión en relación a los antecedentes de estudio.**

- En relación a la tesis presentada por **Balarezo T., B. (2014)**, La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel DRIVE, menciona que se presentan falencias en la comunicación organizacional interna y que repercute en la coordinación de actividades, tenemos coincidencias.

VI. CONCLUSIONES

- PRIMERA** De acuerdo a los resultados obtenidos, existe relación significativa entre el Ambiente laboral y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú-2017, quedando demostrada con una Correlación de Pearson = ,460** y un valor de $P = ,000 < ,05$
- SEGUNDA** Según los resultados existe relación significativa entre la credibilidad y la comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú-2017, quedando demostrada con una Correlación de Pearson = ,271** y un valor de $P = ,008 < ,05$
- TERCERA** Los resultados señalan que existe relación significativa entre el respeto y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú-2017, quedando demostrada con una Según los resultados obtenidos entre las variables respeto y la Comunicación interna, existe una Correlación de Pearson = ,362** y un valor de $P = ,000 < ,05$

- CUARTA** De acuerdo a los resultados obtenidos existe relación significativa entre la imparciabilidad y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017, quedando demostrada con una Correlación de Pearson = ,468** y un valor de $P = ,000 < ,05$
- QUINTA** Según los resultados existe relación significativa entre el orgullo y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017, quedando demostrada con una Correlación de Pearson = ,334** y un valor de $P = ,001 < ,05$
- SEXTA** Los resultados señalan que existe relación significativa entre la camaradería y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017, quedando demostrada con una Correlación de Pearson = ,422** y un valor de $P = ,000 < ,05$
- SÉTIMA** Según los resultados existe relación significativa entre los enunciados nacionales y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú-

2017, quedando demostrada con una Correlación de Pearson = ,426** y un valor de P = ,000 < ,05

VII. RECOMENDACIONES

- PRIMERA** Se recomienda al Decano, Directores y Coordinadores académicos, establecer las políticas comunicacionales idóneas y transversales para mantener un buen clima laboral en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú (UTP).
- SEGUNDA** Se sugiere a las autoridades de Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UTP mantener una gestión de puertas abiertas para el logro de las habilidades gerenciales y así establecer vínculos de información clara e idónea.
- TERCERA** Se recomienda a las autoridades de Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UTP gestionar los eventos corporativos con un enfoque personalizado para establecer los vínculos de pertenencia y orgullo hacia la organización.
- CUARTA** Se sugiere a las autoridades de Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UTP establecer una política de

reconocimientos periódicos a los colaboradores, con imparcialidad y objetivos claros y pertinentes.

QUINTA Se debe establecer una política medioambientalista y de desarrollo de la comunidad a través de proyectos y campañas universitarias que promuevan el desarrollo sostenible de la organización, en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UTP.

SEXTA Establecer canales de comunicación de doble vía para procesos de reclutamiento de personal y ascensos, lo que coadyuvará a tener mayor credibilidad y respeto a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UTP.

SÉTIMA Mantener e impulsar campañas de comunicación orientadas a renovar el ambiente laboral y la comunicación interna ente los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UTP.

7.1. Propuesta: Plan de mejora

N°	OPORTUNIDAD DE MEJORA	DIMENSIÓN	ACCIÓN A REALIZAR
1	Confraternizar con el personal	CAMARADERIA	Actividad: " Celebrando el cumpleaños de mi colaborador " Se visitará a los docentes y administrativos de la facultad para festejar personalmente su cumpleaños, en distintos espacios y de sorpresa. Estas actividades tienen como objetivo confraternizar e identificar al colaborador, haciéndolo parte de nuestra FACO y hacer saber que no dejamos pasar la oportunidad de reconocer su apoyo celebrando esta fecha de onomástico. Los gastos de la actividad se cubrirán con el apoyo de la facultad.
2	Para mejorar el Ítem de: "Los Jefes demuestra interés sincero en mi como persona, no solo como empleado"	RESPETO - INTERES COMO PERSONA	Para cumplir con las reuniones de información al personal docente, específicamente a los jefes de talleres y laboratorios, se concordó organizar la actividad " El Practicante del mes ". Se busca desarrollar la competencia sana de estos colaboradores, para integrarlos e incentivarlos a ser mejores y dar más de lo que hacen diariamente en su labor. El evento se llevará a cabo a partir de las propuestas (terna de 1 practicante por cada taller), efectuadas por cada Jefe de Taller y al finalizar el mes se premiará en una ceremonia sencilla, pero agradable con un reconocimiento por parte de la Facultad.

3	<p>Para mejorar los siguientes ítems</p> <p>"Los Jefes comunican claramente que se espera de nuestro trabajo"</p> <p>"Los Jefes me tienen informado acerca de cambios importantes"</p> <p>"Los Jefes son accesibles y es fácil hablar con ellos"</p>	<p>CAMADERIA</p> <p>CREDIBILIDAD</p> <p>COMUNICACIÓN</p>	<p>Realizamos un Desayuno de trabajo con los profesores a tiempo completo, coordinadores y personal administrativo para revisar en forma conjunta el proceso de matrícula, reinscripción, traslado y avance con respecto a la meta prevista en cada ciclo académico, intercambiando aportes que pudieran traer cada uno.</p>
4	<p>Confraternizar con el personal</p>	<p>CAMARADERIA</p>	<p>Invitar a todos los docentes y personal administrativo de la FACO a participar en un paseo campestre y un almuerzo de confraternidad que programaremos dos veces al año. El paseo, para visitar una reserva o ambiente natural protegido, cerca de Lima, que nos permita pasar un buen rato de camaradería y a la vez tener información actualizada sobre temas relacionados con la protección y cuidado del medio ambiente que luego podremos compartir con los alumnos. <u>El paseo</u> lo programaremos antes de culminar el primer período y <u>el almuerzo de confraternidad</u> se hará en la semana de aniversario de la facultad en el mes de octubre. Los gastos del paseo se cubrirán con el apoyo del bus de la universidad y cuotas de los participantes,</p>

			mientras que el almuerzo será totalmente cubierto por la Facultad.
5	Para mejorar el Ítem de: "Los Jefes demuestra interés sincero en mi como persona, no solo como empleado"	RESPETO - INTERÉS COMO PERSONA	En la FACO hemos instaurado el " Día de la Fruta " (come sano y vive bien), que consiste en una reunión general, tres veces en el año, de todos los docentes y administrativos en la que se les entrega una canastita con frutas de estación y se hace una exposición sobre la importancia de comer bien para vivir sano. Una gran canasta con todas las frutas de estación se sortea entre los asistentes. El objetivo es mostrar nuestro interés por la salud de los colaboradores y crear conciencia sobre los buenos hábitos alimenticios. Este programa se financia con el aporte voluntario de autoridades de la FACO.
6	Para mejorar el Ítem de: "Los Jefes demuestra interés sincero en mi como persona, no solo como empleado"	RESPETO - INTERÉS COMO PERSONA	En la FACO hemos instituido la actividad: " El abrazo navideño ", con lo cual, a vísperas de las fiestas navideñas, nuestros públicos internos (docentes, administrativos y en lo principal, nuestros estudiantes) festejan y conmemoran un tiempo de reflexión y reencuentro con sus compañeros de estudio y trabajo, para poder perdonarse y decirse lo que sienten, desearse lo mejor y buenos augurios para el año venidero.

7	<p>Para mejorar los ítems de: "Los Jefes comunican claramente que se espera de nuestro trabajo".</p> <p>"Los Jefes me mantienen informado acerca de temas y cambios importantes"</p> <p>"Los Jefes son accesibles, es fácil hablar con ellos"</p>	<p>CREDIBILIDAD COMUNICACIÓN</p>	<p>Cumplir con las reuniones de información al personal docente, jefes de talleres y laboratorios, así como al personal administrativo, sobre los aspectos y lineamientos para el inicio y finalización de cada período académico.</p> <p>Desarrollar agenda que comprenda:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevos lineamientos para el trabajo académico y administrativo. 2. Propuestas y aportes para nuevos proyectos. 3. Felicitaciones y reconocimientos de logros de metas y méritos de evaluación del desempeño docente. 4. Recordar cumpleaños y celebraciones por venir. 5. Nuevos beneficios y anuncios del Grupo. 6. Evaluaciones
---	---	--------------------------------------	---

VIII. REFERENCIAS

Chiavenato, (1989). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México: Mc. Graw – Hill Interamericana de México: S.A.

Chiavenato, I. (2000). *Administración de recursos humanos*. Santafé de Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.

Gan, F. (2007). *Manual de recursos humanos*. Barcelona, España: UOC.

Gan, F. (2013). *Inteligencia emocional*. Madrid, España: Díaz de Santos.

García, J. (2011). *La Comunicación Interna*. Madrid, España: Díaz de Santos.

García, S. (2011). *Organización y Administración de Empresas, una visión practica*. Madrid, España: Editorial ESIC.

García, M. (2003). *Del Clima organizacional a la cultura organizacional*. II Encuentro de Investigación y docencia en administración. Asociación Colombiana de Facultades de Administración – ASCOLFA. Cali: Universidad del Valle.

Goncalves, A. (1997). *Dimensiones del Clima Organizacional*. Extraído el 9 de enero de 2009, en www.calidad.org/articulos/dec97/2dec97.htm

- Goncalves, A. (2000). *Fundamentos del clima organizacional*. Sociedad Latinoamericana para la calidad (SLC).
- Gómez, M. (2009). *La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: El uso de los medios como fuente informativa en empresas e instituciones andaluzas*. Universidad de Málaga, España.
- Holguín B. J. (sf) *La Universidad del siglo XXI: una organización inteligente de clase mundial*. Universidad Federico Henríquez y Carvajal, UFHEC, República Dominicana.
- Likert, R. (1968). *El factor humano en la empresa: Su dirección y valoración*. Bilbao: Deusto.
- Llaneza, F. (2009). *Ergonomía y Psicología aplicada. Manual para la formación del especialista*. Valladolid: Lex Nova
- Méndez, C. (2006). *Clima organizacional en Colombia. El IMCOC: Un método de análisis para su intervención*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Robbins, S. (1999). *Comportamiento Organizacional*. México: Prentice Hall.
- Robbins, S. y Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. Naucalpán de Juárez , México: Pearson Educación.

Robbins, S. y Coulter, M. (2011). *Administración*. México DF., México: Pearson Educación.

Roca, S. (2012) *Relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga* (tesis de pregrado) Ayacucho, Perú. Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1689/1/roca_gs.pdf

Rodríguez, I. (02 de 02 de 2012). *Cultura Organizacional*. Recuperado el 2013 de 07 de 05, de <http://estatico.uned.ac.cr/paa/pdf/Materiales-autoev/10.pdf>

Ruiz, A. (2010). *La Comunicación Oral en la Empresa*. Madrid, España: Arco Libros.

Sarmiento V. I. (2011) *Clima Laboral*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo- Huejutla. México

Soto, E. (2001). *Comportamiento Organizacional: Impacto en las emociones*. México: Thomson Learning.

Williams, L. (2013) *Estudio diagnóstico de clima laboral en una dependencia pública. (tesis de maestría)*. Universidad de Nuevo León, Monterrey, México. Recuperado de <http://eprints.uanl.mx/3751/1/1080256607.pdf>

<https://www.greatplacetowork.com.pe/los-mejores-lugares-para-trabajar/latam/2018?highlight=WyJzZXJ2aWNpb3MiLCJ0ZWxlc2VydmljaW9zII0=>

Naciones Unidas (1995) *Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer*. Recuperado de

<http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/Beijing%20full%20report%20S.pdf>

IX. ANEXOS

ANEXO 1 :

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
AMBIENTE LABORAL Y LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LOS COLABORADORES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ- 2017	<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Qué relación existe entre el Ambiente laboral y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017?</p> <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS</p> <p>1. ¿Qué relación existe entre la credibilidad y la comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017?</p> <p>2. ¿Qué relación existe entre el respeto y la Comunicación interna de los</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar la relación que existe entre el Ambiente laboral y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS</p> <p>1. Analizar la relación que existe entre la credibilidad y la comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017</p> <p>2. Caracterizar la relación que existe entre el</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>Existe relación significativa entre el Ambiente laboral y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017</p> <p>HIPOTESIS ESPECIFICAS</p> <p>H1 Existe relación significativa entre la credibilidad y la comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017</p> <p>H2 Existe relación significativa existe entre el respeto y la Comunicación</p>	<p>VARIABLE CORRELACIONAL (X):</p> <p>AMBIENTE LABORAL</p> <p>VARIABLE CORRELACIONAL (Y):</p> <p>COMUNICACIÓN INTERNA</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Sustantiva</p> <p>DISEÑO</p> <p>X1 ----- Y2</p> <p>POBLACION Y MUESTRA</p> <p>TECNICAS E INSTRUMENTOS:</p> <p>1. Encuestas</p>

	<p>colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017?</p> <p>3. ¿Qué relación existe entre la imparcialidad y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017?</p> <p>4. ¿Qué relación existe entre el orgullo y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017?</p> <p>5. ¿Qué relación existe entre la camaradería y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de</p>	<p>respeto y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017</p> <p>3. Describir la relación que existe entre la imparcialidad y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017</p> <p>4. Señalar la relación que existe entre el orgullo y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017</p> <p>5. Señalar la relación que existe entre la</p>	<p>interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017</p> <p>H3 Existe relación significativa existe entre la imparcialidad y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017</p> <p>H4 Existe relación significativa existe entre el orgullo y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017</p> <p>H5 Existe relación significativa existe entre la camaradería y la Comunicación</p>		
--	--	--	---	--	--

	<p>la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017?</p> <p>6. ¿Qué relación existe entre los enunciados nacionales y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017?</p>	<p>camaradería y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017</p> <p>6. Identificar la relación que existe entre los enunciados nacionales y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017</p>	<p>interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017</p> <p>H6 Existe relación significativa existe entre los enunciados nacionales y la Comunicación interna de los colaboradores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú- 2017</p>		
--	---	---	--	--	--

ANEXO 2 : ENCUESTA (1)

Para medir el ambiente laboral del personal colaborativo de la facultad de ciencias de la comunicación- utp

Estimado colaborador:
.....

La presente encuesta forma parte de una investigación acerca del ambiente laboral, en la Facultad de Ciencias de la Comunicación- UTP.

Quisiéramos pedir tu ayuda para que contestes algunas preguntas. Tus respuestas serán confidenciales y anónimas, cuyo objetivo fundamental es plantear planes de mejora.

Muchas gracias por su colaboración.

I. DATOS GENERALES: Marca con una X, según corresponda:

EMPLEADO ()

OPERARIO ()

Género:

M F

II. ENCUESTA:

1. Muy rara vez es cierto
2. Rara vez es cierto
3. A veces es cierto, a veces es falso
4. A menudo es cierto
5. Muy a menudo es cierto

N°	CRITERIOS	1	2	3	4	5
	CREDIBILIDAD					
1	Los jefes me mantienen informado acerca de cosas y cambios importantes.					
2	Los jefes comunican claramente qué se espera de nuestro trabajo.					
3	Puedo hacer cualquier pregunta razonable a los jefes y recibir una respuesta directa.					
4	Los jefes son accesibles, es fácil hablar con ellos.					
5	Los jefes son competentes en el manejo del negocio.					
6	Los jefes hacen un buen trabajo en la asignación de labores y coordinación de las personas.					
7	Las personas que ingresan a la organización encajan bien con nuestra cultura.					
8	Los jefes confían en que las personas harán un buen trabajo sin tener que estar supervisándolos.					
9	Las personas son responsables de cumplir con su trabajo adecuadamente.					
10	Los jefes tienen una visión clara de hacia dónde va la organización y qué hacer para lograrlo.					
11	Los jefes cumplen sus promesas.					
12	Las palabras de los jefes coinciden con sus acciones.					
13	Creo que aquí se haría todo lo posible antes de tener que hacer una reducción de personal.					
14	Los jefes conducen el negocio de manera ética y honesta.					
	RESPECTO					
15	Se me ofrece capacitación y/o entrenamiento con el objetivo de promover mi desarrollo profesional.					
16	Me dan los recursos, herramientas y equipos para hacer mi trabajo.					

17	Los jefes muestran aprecio y reconocimiento por el buen trabajo y por el esfuerzo extra.					
18	Los jefes reconocen que pueden cometerse errores involuntarios en el trabajo.					
19	Los jefes incentivan, consideran y responden genuinamente a nuestras ideas y sugerencias.					
20	Los jefes involucran a las personas en decisiones relacionadas a su trabajo o a su ambiente de trabajo.					
21	Este es un lugar físicamente seguro donde trabajar.					
22	Este es un lugar psicológica y emocionalmente saludable donde trabajar.					
23	La infraestructura e instalaciones de la organización contribuyen a crear un buen ambiente de trabajo.					
24	Puedo tomar tiempo libre, de forma coordinada, para atender asuntos personales de importancia.					
25	Aquí se fomenta que las personas equilibren su vida de trabajo y su vida personal.					
26	Los jefes demuestran un interés sincero en mí como persona, no sólo como empleado.					
27	Tenemos beneficios especiales y únicos en esta organización (no sólo económicos).					
	IMPARCIALIDAD					
28	A las personas aquí se les paga justamente por el trabajo que hacen.					
29	Siento que recibo una parte justa de las ganancias que obtiene esta organización.					
30	Todos tenemos la oportunidad de recibir un reconocimiento especial.					
31	Recibo un buen trato, independiente de mi posición en la organización					

32	Los ascensos se les da a quienes más se lo merecen.					
33	Los jefes tratan a todos por igual; no hay favoritismos.					
34	Las personas evitan la manipulación, los rumores y "argollas" para conseguir sus objetivos.					
35	Las personas son tratadas de manera justa sin importar su edad.					
36	Las personas son tratadas de manera justa sin importar su condición socioeconómica.					
37	Las personas son tratadas de manera justa sin importar su sexo.					
38	Las personas son tratadas de manera justa sin importar su orientación sexual.					
39	Si considero que se me ha tratado injustamente, sé que tendré la oportunidad de ser escuchado y que se me tratará con justicia.					
	ORGULLO					
40	Siento que mi participación es importante y que hace una diferencia en la organización.					
41	Mi trabajo tiene un significado especial para mí: éste no es "sólo un trabajo".					
42	Cuando veo lo que logramos, me siento orgulloso.					
43	Las personas están dispuestas a hacer un esfuerzo extra para hacer el trabajo.					
44	Quiero trabajar aquí por mucho tiempo.					
45	Estoy orgulloso de decir a otros que trabajo aquí.					
46	A las personas les gusta venir a trabajar.					

47	Me siento bien por la manera en que contribuimos como organización a la comunidad.					
CAMARADERÍA						
48	Puedo ser yo mismo en mi lugar de trabajo.					
49	Aquí se celebran eventos especiales.					
50	Las personas aquí se preocupan por sus compañeros.					
51	Este es un lugar acogedor y amigable para trabajar.					
52	Este es un lugar entretenido donde trabajar.					
53	Cuando ingresas a la organización se te hace sentir bienvenido.					
54	Cuando las personas cambian de función o de área de trabajo, se les hace sentir como en casa.					
55	Aquí hay un sentimiento de "familia" o equipo.					
56	Estamos todos juntos en esto.					
57	Uno puede contar con la colaboración de las personas.					
58	Tomando todo en consideración, yo diría que este es un gran lugar donde trabajar.					
ENUNCIADOS NACIONALES						
59	La organización realiza esfuerzos por reducir su impacto en el medio ambiente.					
60	Recomendaría a mis conocidos trabajar aquí.					
61	Acá me dan oportunidades de crecer profesionalmente.					
62	Recomendaría los productos y servicios de esta organización a mis conocidos.					

63	Aquí me dan oportunidades de participar en actividades que benefician a la comunidad.					
64	Puedo hacer el mejor uso de mis habilidades en esta organización.					

ANEXO 3: ENCUESTA (2)

Para medir la comunicación interna dirigida al personal colaborativo de la facultad de ciencias de la comunicación- utp

Estimado colaborador:

La presente encuesta forma parte de una investigación acerca de la Comunicación interna, en la Facultad de Ciencias de la Comunicación- UTP.

Quisiéramos pedir tu ayuda para que contestes algunas preguntas. Tus respuestas serán confidenciales y anónimas, cuyo objetivo fundamental es plantear planes de mejora.

Muchas gracias por su colaboración.

III. DATOS GENERALES: Marca con una X, según corresponda:

EMPLEADO ()

OPERARIO ()

Género:

M

F

IV. ENCUESTA:

Nº	PREGUNTAS	RESPUESTAS			
COMUNICACIÓN DESCENDENTE					
1	En la Facultad que usted labora, la comunicación de los directivos llega con facilidad y rapidez a todos los colaboradores.	1	2	3	4
2	Ud. Conoce la misión, visión y objetivos estratégicos de la Facultad.	1	2	3	4
3	Las publicaciones que el decanato y/o escuelas de la Facultad usted las conoce oportunamente.	1	2	3	4
4	Cuando hay necesidad de información los reúnen de inmediato a fin de darles a conocer las nuevas políticas y/o directivas y normas.	1	2	3	4
5	La Facultad le envía las publicaciones, notas o informes a su correo personal, cuando es oportuno.	1	2	3	4
COMUNICACIÓN ASCENDENTE					
6	Ud. Observe que en la Facultad hay un diálogo fluido con todos los colaboradores.	1	2	3	4
7	En la Facultad de Ciencias de la Comunicación le permiten plantear ideas, sugerencias para mejorar la calidad.	1	2	3	4
8	Existe en la Facultad de Ciencias de la Comunicación un buzón de sugerencias	1	2	3	4
9	En la Facultad de Ciencias de la Comunicación le permiten reuniones y propician círculos de calidad entre colaboradores.	1	2	3	4
10	Existen reuniones periódicas con todo el personal para evaluar permanentemente la calidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.	1	2	3	4

COMUNICACIÓN HORIZONTAL					
11	En la Facultad de Ciencias de la Comunicación se práctica una comunicación horizontal, de parte de los todos los colaboradores para tratar temas concernientes al trabajo.	1	2	3	4
12	En la Facultad de Ciencias de la Comunicación se práctica una comunicación horizontal, de parte de los colaboradores , sólo para tratar temas amicales.	4	3	2	1
13	En la Facultad de Ciencias de la Comunicación se fomenta la solidaridad, fraternidad, respeto entre todos los colaboradores.	1	2	3	4
14	Permanentemente hay reuniones de su área de trabajo.	1	2	3	4
15	La Facultad de Ciencias de la Comunicación actividades de recreación para todos los colaboradores.	1	2	3	4

ANEXO 4: ANUNCIOS Y CONVOCATORIAS DE LAS ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN INTERNA

Concurso *Historias con Propósito* #transformandovidas

¡Cuéntanos alguna historia o experiencia en la que, de manera directa o indirecta, hayas transformado la vida de uno o varios de nuestros **estudiantes!**

Envía tu historia hasta el **lunes 3 de diciembre** y podrás ganar **una estadía de 3 días/2 noches para 2 personas en un lugar turístico.**

Revisa las bases del concurso en el archivo adjunto.

Para participar, haz clic en el siguiente link:

#transformandovidas





¡FELIZ CUMPLEAÑOS!

INVITACIÓN

Estimado docente reciba un cordial saludo,

En esta oportunidad, tenemos el agrado de invitarle a una significativa reunión con la finalidad de homenajear a todos los docentes que cumplieron años en el mes de **OCTUBRE**.

Lugar : **CAD San Juan UTP**

Fecha : **09 de Noviembre del 2018**

Hora : **3:30 pm (Duración 1 hora aprox.)**

Esperamos contar con la presencia de cada uno de ustedes para pasar un momento grato junto a los homenajeados.

Atentamente
CAD San Juan

Recuerde que la asistencia a clases es prioridad



TE DESEAN TUS AMIGOS DE...



UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
DEL PERÚ



Campaña de salud



LUCHA CONTRA LA ANEMIA

Participa de la campaña de
Esta campaña va dirigida a
hijos, nietos o sobrinos
y los 5

lunes
24
setiembre

📍 Auc
(AV
🕒 9:0

Para **confirmar**
correo a: **nsalh**

*Los cu



Halloween Criollo en Familia

Inscribe a tus hijos, hermanos, sobrinos y/o nietos que tengan entre 0 a 12 años para que pasen una divertida tarde conociendo tu lugar de trabajo.

¡Podrán venir disfrazados y recibir una linda sorpresa!

Clic aquí para escoger tu sede e inscribirte



Recuerda que deberás acompañar a tu familiar durante toda la visita.

*¡Los cupos son limitados, no dejes pasar esta linda oportunidad!

Gestión y Desarrollo Humano
Comprometidos contigo



UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
DEL PERÚ



Reconocimiento al **DOCENTE**



Estimado Docente:

Nos complace invitarte a la ceremonia de reconocimiento a los mejores docentes del ciclo 2018-II.

El evento tendrá lugar el **jueves 27 de setiembre** en el **Auditorio Angélica Gallegos** del Campus Central UTP (Av. Petit Thouars 116 – Lima).

Hora de registro: 3:30 – 4:00 pm

Inicio del evento: 4:00 pm

¡Te esperamos!

Participa en el voluntariado...

CONSTRUYENDO FUTURO CON



KANTAYA

| EL PODER DE
| LA EDUCACIÓN |

**iHAZ CLIC
AQUÍ!**

para conocer
más sobre
Kantaya

Acompáñanos a realizar el mantenimiento de una Casita Feliz Kantaya, dictar un taller de manualidades y divertirnos junto a los niños en una yincana de integración.

sábado

29

setiembre

📍 El punto de partida será el **Edificio Washington**
(Jr. Natalio Sánchez 125, Lima)

*Contaremos con un bus que nos llevará
y traerá de la actividad.

🕒 7:30 am a 2:00 pm



UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
DEL PERÚ

Great
Place
To
Work.

Los Mejores Lugares
Para Trabajar™

PERÚ

2018

¡Gracias a tu compromiso y pasión,
hoy somos uno de los **mejores lugares
para trabajar en el Perú!**



Juntos hacemos posible que cada uno
de nuestros estudiantes, en todo el Perú,
transforme su vida para siempre.

* Los Mejores Lugares para Trabajar 2018 Perú

ANEXO 5: EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DE LAS ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN INTERNA



5.1. DÍA DE LA FRUTA



5.2. PRACTICANTE DEL MES



5.3. CAMPAÑA DE MEDIO AMBIENTE



5.4. ABRAZO NAVIDEÑO Y NAVIDAD CON HIJOS DE COLABORES





5.5. REUNIONES DE COORDINACIÓN DOCENTE



5.6. OTROS EVENTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

ALMUERZO DE CONFRATERNIDAD



DÍA DE LA MUJER



HOMENAJE ALDÍA DE LA SECRETARIA



ACTIVACIONES DEPORTIVAS



LA VIDA UNIVERSITARIA Y COMUNICACIÓN INTERNA EN FACO . UTP

