

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS



UDH
UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
<http://www.udh.edu.pe>

TESIS

**“Comunicación interna en el Hospital de Tingo María,
Provincia de Leoncio Prado, 2024”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA: Rojas Leon, Kely Esmeralda

ASESORA: Huerto Orizano, Diana

HUÁNUCO – PERÚ

2025



U

TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis (X)
- Trabajo de Suficiencia Profesional ()
- Trabajo de Investigación ()
- Trabajo Académico ()

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Gestion Administrativa
AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)

CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

Área: Ciencias sociales

Sub área: Economía, negocios

Disciplina: Negocios, administración.

DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Título
Profesional de Licenciada en Administración de
Empresas

Código del Programa: P13

Tipo de Financiamiento:

- Propio (x)
- UDH ()
- Fondos Concursables ()

D

DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 60687824

DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 40530605

Grado/Título: Maestra en gestión y negocios, mención en
gestión de proyectos.

Código ORCID: 0000-0003-1634-6674

DATOS DE LOS JURADOS:

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Linares Beraún, William Giovanni	Maestro en gestión pública para el desarrollo social	07750878	0000-0002- 4305-7758
2	Rivera López, Cecilia del Pilar	Maestra en administración y dirección de empresas.	22404218	0000-0002- 0215-1270
3	Coronado Chang, Liliana Victoria	Magister en gestión pública	23015516	0000-0002- 7050-4277

H



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Tingo María, siendo las **09:45 horas del día 08 del mes de mayo del año 2025**, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador integrado por los docentes:

Mtro. William Giovanni Linares Beraun
Mtra. Cecilia del Pilar Rivera López
Mtro. Liliana Victoria Coronado Chang

Presidente
Secretaria
Vocal

Nombrados mediante la **RESOLUCIÓN N° 2040-2024-D-FCEMP-PAAE-UDH**, para evaluar la Tesis intitulada: **"COMUNICACIÓN INTERNA EN EL HOSPITAL DE TINGO MARÍA, PROVINCIA DE LEONCIO PRADO, 2024"**, presentada por la Bachiller, **ROJAS LEÓN, Kely Esmeralda**, para optar el título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándola APROBADA con el calificativo cuantitativo de 16 (dieciséis) y cualitativo de Bueno (Art. 47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las 10:25 horas del día **08 del mes de mayo del año 2025**, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.


Mg. William Giovanni Linares Beraún
DNI: 07750878
Código ORCID: 0000-0002-4305-7758
PRESIDENTE


Mtra. Cecilia del Pilar Rivera López
DNI: 22404218
Código ORCID: 0000-0002-0215-1270
SECRETARIA


Mtra. Liliana Victoria Coronado Chang
DNI: 23015516
Código ORCID: 0000-0002-7050-4277
VOCAL



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El comité de integridad científica, realizó la revisión del trabajo de investigación del estudiante: KELY ESMERALDA ROJAS LEON, de la investigación titulada "Comunicación interna en el Hospital de Tingo María, Provincia de Leoncio Prado, 2024", con asesor(a) DIANA HUERTO ORIZANO, designado(a) mediante documento: RESOLUCIÓN N° 1630-2024-D-FCOMP-PAAE-UDH del P. A. de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Puede constar que la misma tiene un índice de similitud del 20 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad de Huánuco.

Se expide la presente, a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Huánuco, 27 de diciembre de 2024



RICHARD J. SOLIS TOLEDO
D.N.I.: 47074047
cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



FERNANDO F. SILVERIO BRAVO
D.N.I.: 40618286
cod. ORCID: 0009-0008-6777-3370

72. Rojas Leon, Kely Esmeralda.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

19%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	pt.slideshare.net Fuente de Internet	2%
2	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.itm.edu.co Fuente de Internet	2%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
5	revistas.uss.edu.pe Fuente de Internet	2%



RICHARD J. SOLIS TOLEDO
D.N.I.: 47074047
cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



FERNANDO F. SILVERIO BRAVO
D.N.I.: 40618286
cod. ORCID: 0009-0008-6777-3370

DEDICATORIA

Se lo dedico a mi padre Julián Rojas, porque gracias a sus consejos y amor, aprendí a ser una mujer perseverante, fuerte y con actitud de superación y a mi madre Lucy Leon por demostrarme con su ejemplo la fortaleza y valentía de ser una mujer guerrera e independiente.

AGRADECIMIENTO

Agradecer en primer lugar a Dios por permitirme seguir cumpliendo una de mis metas, por cuidarme y por darme la fortaleza que necesito para no rendirme ante cualquier obstáculo.

A mis padres, hermanos y sobrinos por ser parte de mi impulso y motivación para salir adelante y a mis maestros por ser el vehículo necesario para recorrer este largo camino universitario.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE.....	IV
INDICE DE TABLAS.....	VI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VIII
RESUMEN.....	X
ABSTRACT.....	XI
INTRODUCCIÓN.....	XII
CAPÍTULO I.....	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	13
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	14
1.2.1 PROBLEMA GENERAL	14
1.2.2 PROBLEMAS ESPECIFICOS.....	14
1.3 OBJETIVOS	14
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	14
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
1.4 JUSTIFICACIÓN	15
1.4.1 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	15
1.4.2 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	15
1.4.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	15
1.5 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	15
1.6 VIABILIDAD.....	15
MARCO TEORICO	16
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTRIGACION	16

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	16
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES.....	17
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES.....	18
2.2 BASES TEÓRICAS.....	18
2.3 DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	21
2.4 VARIABLE.....	23
2.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	23
CAPÍTULO III.....	24
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	24
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	24
3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	25
CAPÍTULO IV.....	26
RESULTADOS.....	26
4.1. ANALISIS DE RESULTADOS.....	26
CAPÍTULO V.....	46
DISCUSIÓN DE RESULTADO.....	46
CONCLUSIONES.....	47
RECOMENDACIONES.....	49
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	51
ANEXOS.....	53

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variable	23
Tabla 2 Trabajadores Administrativos de la Unidad Territorial de Establecimiento de Salud US401 Leoncio Prado	24
Tabla 3 ¿La información sobre los planes estratégicos del hospital es accesible y comprensible?	26
Tabla 4 ¿La visión del hospital es conocida y compartida por todos los trabajadores?	27
Tabla 5 ¿La misión del hospital está clara y es comunicada y entendida por el personal?	28
Tabla 6 ¿Las metas del hospital son claras y son comunicadas a todos los niveles?	29
Tabla 7 ¿Los valores estratégicos del hospital son promovidos y reconocidos en el ambiente laboral?	30
Tabla 8 ¿Se utiliza un lenguaje inclusivo en la comunicación interna del hospital?	31
Tabla 9 ¿La comunicación refleja un enfoque intercultural que respeta la diversidad de la población atendida?	32
Tabla 10 ¿Las comunicaciones internas abordan de manera adecuada el enfoque de género?	33
Tabla 11 Dimensión 1 : difusión de información	34
Tabla 12 ¿El correo electrónico es un canal efectivo para la comunicación interna del hospital?	35
Tabla 13 ¿La intranet se utiliza de manera efectiva para la divulgación de la información?	36
Tabla 14 ¿El mural interno es utilizado para la comunicación de información relevante?	37
Tabla 15 ¿Las reuniones son un espacio adecuado para la comunicación de información importante?	38
Tabla 16 ¿La revista o boletín informativo del hospital proporciona información útil y relevante?	39

Tabla 17 ¿El uso de mensaje de texto es un medio eficaz para la comunicación interna?	40
Tabla 18 Dimensión 2: canal de comunicación interna.....	41
Tabla 19 ¿La información comunicada es relevante y se proporciona de manera oportuna?.....	42
Tabla 20 ¿La información que se transmite es clara, completa y coherente?	43
Tabla 21 ¿La comunicación interna es precisa, concreta y directa?.....	44
Tabla 22 Dimensión 3: mensaje.....	45

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿La información sobre los planes estratégicos del hospital es accesible y comprensible?	26
Figura 2¿La visión del hospital es conocida y compartida por todos los trabajadores?	27
Figura 3¿La misión del hospital está clara y es comunicada y entendida por el personal?	28
Figura 4¿Las metas del hospital son claras y son comunicadas a todos los niveles?	29
Figura 5¿Los valores estratégicos del hospital son promovidos y reconocidos en el ambiente laboral?.....	30
Figura 6¿Se utiliza un lenguaje inclusivo en la comunicación interna del hospital?.....	31
Figura 7¿La comunicación refleja un enfoque intercultural que respeta la diversidad de la población atendida?	32
Figura 8¿Las comunicaciones internas abordan de manera adecuada el enfoque de género?	33
Figura 9Difusión de información	34
Figura 10¿El correo electrónico es un canal efectivo para la comunicación interna del hospital?	35
Figura 11 ¿La intranet se utiliza de manera efectiva para la divulgación de la información?	36
Figura 12¿El mural interno es utilizado para la comunicación de información relevante?	37
Figura 13¿Las reuniones son un espacio adecuado para la comunicación de información importante?.....	38
Figura 14¿La revista o boletín informativo del hospital proporciona información útil y relevante?	39
Figura 15¿El uso de mensaje de texto es un medio eficaz para la comunicación interna?	40
Figura 16Canal de comunicación interna.....	41
Figura 17¿La información comunicada es relevante y se proporciona de manera oportuna?.....	42

Figura 18¿La información que se transmite es clara, completa y coherente?	43
Figura 19¿La comunicación interna es precisa, concreta y directa?	44
Figura 20Dimensión 3: mensaje	45

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general conocer como es la comunicación interna en el hospital Tingo María. La investigación fue de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo y diseño corte transversal, con una población de 46 trabajadores administrativos del hospital entre nombrados y CAS, la muestra fue no probabilística de tipo censal, se empleó la técnica de campo usando la encuesta y el instrumento con un cuestionario de 17 ítems con diversas alternativas en escala de Likert. Se concluyó que la comunicación interna es regular en el hospital Tingo María, debido a que la difusión de mensaje, los canales de comunicación que usan y la composición de mensaje para la entrega de información son aplicadas de forma regular, sin perjudicar el trámite necesario.

Palabras claves: comunicación, administrativos, difusión, mensaje, canales.

ABSTRACT

The general objective of the research was to know what internal communication is like at the Tingo Maria hospital. The research was of an applied type, with a quantitative approach, descriptive level and cross-sectional design, with a population of 46 administrative workers of the hospital between appointed and CAS, the sample was non-probabilistic census type, the field technique was used using the survey and the instrument with a 17-item questionnaire with various alternatives on a Likert scale. It was concluded that internal communication is regular at the Tingo Maria hospital, because the dissemination of the message, the communication channels used and the composition of the message for the delivery of information are applied regularly, without harming the necessary procedure.

Keywords: communication, administrative, dissemination, message, channels.

INTRODUCCIÓN

Considerando que la comunicación interna es un pilar muy fundamental en todo tipo de organización, y más aún en los centros de salud hospitalaria, que debería considerarse la comunicación interna como base para desarrollar las funciones correspondientes tanto en la parte asistencial como administrativa, es así que en esta tesis nos enfocamos en realizar un trabajo de investigación sobre cómo es la comunicación interna en el hospital Tingo María, para ello se tomó en cuenta lo siguiente:

En el primer capítulo se detalló la descripción del problema; se formuló el problema general de investigación, así como los problemas específicos, objetivos de investigación. Así mismo dentro de este capítulo se mencionó la justificación práctica, teórica y metodológica, también las limitaciones de la investigación y la viabilidad.

En el segundo capítulo se definió el marco teórico, usando antecedentes de la investigación: internacionales, nacionales y locales; bases teóricas, así como las dimensiones: difusión de información, canales de comunicación y mensaje, también las definiciones conceptuales. Se finalizó este capítulo con la tabla de operacionalización de variables.

En el tercer capítulo se estableció la metodología de la investigación, tipo de investigación, enfoque, alcance o nivel, diseño, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas para el procesamiento y análisis de información.

En el cuarto capítulo se hizo el análisis de resultados por cada ítem del instrumento y por dimensión.

En el quinto capítulo se hizo la discusión de resultado vinculando y fundamentando con los antecedentes de la investigación.

Finalmente se describió las conclusiones, recomendaciones y referencias bibliográficas

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La comunicación interna es un componente importante en el funcionamiento de una organización, especialmente en establecimientos de salud, donde la efectividad y la comunicación impacta directamente en la calidad del servicio y el bienestar de los pacientes. (Kirkpatrick et al.,2018).

A nivel mundial, muchos estudios muestran que la inadecuada comunicación interna en los establecimientos de salud puede llevar a resultados negativos tanto en la gestión administrativa como en la atención de los pacientes. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS,2021) el 70% de los errores médicos son a causa de problemas de comunicación. En tal sentido surge la necesidad de mejorar la divulgación de la información, así como optimizar los canales de comunicación para mejorar la administración hospitalaria (Carvalho et al., 2022). En el ámbito de un hospital, tener una comunicación interna eficiente facilita la coordinación entre el personal y contribuye a la creación de un ambiente laboral positivo, del mismo modo mejora la satisfacción del paciente.

En el contexto nacional la comunicación interna en el sector salud presenta desafíos importantes. Un estudio realizado por Quispe y Pinedo (2022), indica que la falta de la claridad de la difusión de la información, así como la ausencia de canales de comunicación óptimos son situaciones comunes en los hospitales peruanos. Se ha podido observar que los trabajadores de la salud en muchas ocasiones se sienten desinformados sobre protocolos y cambios organizacionales, lo que puede ocasionar confusión y baja moral (Maldonado y Ramos, 2021).

El Hospital de Tingo María cuya denominación en su RUC es Unidad Territorial de Salud Tingo María UE-401 ubicado en la Provincia de Leoncio Prado, región Huánuco, se puede observar problemas que se reflejan en la falta de mecanismos eficientes para la divulgación de información. Los trabajadores manifiestan que no reciben

actualizaciones recientes sobre políticas hospitalarias y cambios en la atención de paciente (Cruz y Ríos, 2023), se puede apreciar también que los canales de comunicación interna disponibles, tales como correos electrónicos y reuniones, son percibidos como ineficaces, lo que limita el flujo de información relevante entre las diferentes áreas de la institución. El mensaje que se transmite a través de estos canales muchas veces carece de claridad y concisión, lo que contribuye a la desinformación y desmotivación del personal, esta situación afecta en el ambiente laboral y trae como consecuencias negativas en la atención de los pacientes. El presente estudio busca conocer cómo es la comunicación interna en el hospital de Tingo María.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 PROBLEMA GENERAL

¿Cómo es la comunicación interna en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024?

1.2.2 PROBLEMAS ESPECIFICOS

PE1: ¿Cómo es la difusión de la información en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024?

PE2: ¿Cuáles son los canales de comunicación interna en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024?

PE3: ¿Cómo es el mensaje de la comunicación interna en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Describir cómo es la comunicación interna en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OE1: Describir cómo es la difusión de la información el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024.

OE2: Identificar cuáles son los canales de comunicación interna en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024.

OE3: Describir cómo es el mensaje de la comunicación interna en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024.

1.4. JUSTIFICACIÓN

1.4.1. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

La justificación práctica del estudio se basó en comprender y describir la comunicación interna en el hospital de Tingo María a partir de marcos teóricos que enfatizaron su importancia en la eficiencia organizacional. Identificar los problemas permitió proponer recomendaciones que ayuden a mejorar el ambiente laboral y por ende la satisfacción del paciente, la satisfacción del consumidor y la fidelización a largo plazo.

1.4.2. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

El estudio permitió generalizar los resultados y así mismo conocer a mayor profundidad como es la comunicación interna en el hospital de Tingo María, a partir de ella se pudo sugerir recomendaciones para futuros estudios.

1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

El estudio empleado fue el método deductivo, en el sentido que se analizó desde el contexto general a lo específico, así mismo se diseñó un nuevo instrumento para la recolección de datos. El estudio además nos ayudó a definir mejor la comunicación interna.

1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Las limitaciones que tuvo el estudio fue la falta de cooperación de los trabajadores en el momento de encuestar, por ello se les comunicó que el estudio era solo con fines académicos.

1.6. VIABILIDAD

El estudio fue viable porque se contó con los recursos humanos, materiales, disponibilidad de tiempo para hacer la investigación. Del mismo modo se tuvo acceso a la población de estudio ya que se cuenta con la autorización del centro hospitalario para llevar a cabo el estudio.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTRIGACION

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Canul & López (2023), realizaron un trabajo de investigación cuyo objetivo fue identificar las contribuciones que la comunicación interna sume en el funcionamiento de las organizaciones educativas de nivel superior. La metodología empleada fue una revisión sistemática siguiendo la metodología PRISMA, se busco artículos en las bases de datos abiertas Redalyc y Dialnet, y en las bases cerradas Ebusco-Academic Search Ultimate, Ebsco-Business Source Complete y Web of Science. Se analizó 328 artículos. Se concluye que la comunicación interna se considera un elemento importante para el cumplimiento de los objetivos organizacionales y la generación de motivación, el sentido de pertenencia y la integración del todo el personal. No obstante, se contempla como implícita en el funcionamiento de las organizaciones educativas, por lo cual no se realizan procesos de planeación, desarrollo y evaluación específica. Debe prestársele mayor atención a la comunicación interna para explotar su potencial como estrategia de mejora de las organizaciones educativas.

Gualtero (2022), hizo una investigación que tuvo como objetivo evaluar la influencia de la comunicación interna en el clima organizacional en una Institución Educativa Superior de la ciudad de Medellín. La investigación corresponde al estudio de caso con elementos correlacionales, con un enfoque mixto, para la recolección de datos se validó en las fases; aplicación de entrevistas semiestructuradas y encuestas virtuales con escala de likert de 1 a 5 a los administrativos contratistas y vinculados, docentes de planta, ocasionales y catedra de la Institución Universitaria Pascual Bravo. La metodología que se utilizó fue cuantitativa descriptiva trasnversal simple concluyente . La investigación concluye en relación a la percepción de la comunicación interna que el 73.68% está totalmente de acuerdo con la afirmación mi

jefe recibe directrices de la alta dirección y la anuncia al grupo de trabajo, el 70.18% esta totalmente de acuerdo con mi jefe es accesible, es fácil de hablar con él y el 42% es totalmente de acuerdo con la afirmación mi jefe toma decisiones y anuncia al grupo de trabajo, siendo las variables instrucciones, comunicación de confianza y comunicación motivacional las de mejor percepción.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

Osorio (2023), realizó una investigación que tuvo como objetivo determinar las formas de comunicación organizacional en los trabajadores administrativos del hospital Hidalgo Atoche López del distrito de Chancay, 2022. La investigación fue de tipo básico descriptivo, diseño no experimental transversal, enfoque cuantitativo. Su muestra fue de 132 varones y mujeres administrativos del hospital. Empleó la encuesta como técnica de recolección de datos, con un cuestionario de 15 ítems con diversas alternativas en escala de likert. La investigación concluyó que en el proceso de trabajo de investigación se pudo determinar las formas de comunicación organizacionales en los colaboradores administrativos del nosocomio de Chancay, 2022. Pues del 50% de la población investigada considera regular las formas comunicacionales que utiliza para interrelacionarse, es decir el proceso de comunicación es regular.

Neyra (2023), relizó un artículo que tuvo como objetivo general analizar el impacto de la comunicación interna en las organizaciones. La investigación fue de tipo exploratoria, la recolección de datos que se empleó fueron fuentes secundarias; tipo bibliográfica, realizó una selección de información relevante en la temática, a la vez fue de tipo explicativa, ya que con base a 50 artículos revisados, se concluyó que la comunicación interna impacta de manera positiva en las organizaciones, debido a que, va a conocer cuáles son las estrategias y propósitos de la empresa. Es decir, al existir una buena comunicación interna, el personal se sentirá comprometido y con ello podrá tener buenos beneficios para las organizaciones.

2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES

Esteban (2024), hizo una investigación que tuvo como objetivo determinar de qué manera se relaciona la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores Moral – Sede Huánuco en el año 2023. Empleó la investigación de tipo aplicada, el nivel fue descriptivo correlacional, la población de estudio estuvo conformada por el total de los trabajadores. La investigación concluye que la comunicación interna tiene una relación directa con el clima organizacional, con una correlación de Pearson, indica que el 65.38% opina que la empresa tiene como política el diálogo cuando se suscitan problemas buscando una solución oportuna lo que genera que el 59.62% opine que el intercambio de ideas y coordinaciones entre los equipos es adecuada para el buen desarrollo del clima organizacional.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1.COMUNICACIÓN INTERNA

Según Guía para la gestión del proceso de comunicación interna elaborada por la Autoridad Nacional de Servicio Civil (SERVIR,2017) la comunicación interna se refiere a los actos que se realizan dentro de una entidad u organización para difundir mensajes a los /las servidoras(os) civiles que la conforman.

La comunicación interna debe ser bidireccional, porque eso permitirá comunicar y recibir respuesta, generándose una retroalimentación mutua e interacción entre los trabajadores de una organización con sus superiores jerárquicos y la alta dirección. (SERVIR, 2017)

Se tomará como dimensiones para la investigación a difusión de la información, canal de comunicación interna y mensaje.

DIMENSION 1

2.2.1.1. DIFUSION DE LA INFORMACIÓN

Se refiere al proceso de compartir datos y conocimiento relevante al interior de una organización. Es un proceso fundamental para asegurar que todos los trabajadores estén informados sobre las políticas, procedimientos y cambios que puedan afectar su trabajo y el

entorno organizacional. Transparentar la información mejora la confianza y el compromiso de los trabajadores. (Mishra & Mishra, 2014)

INDICADORES

- **Planes**, están referidos a un conjunto de acciones estratégicas establecidas por una organización con la finalidad de alcanzar los objetivos de la empresa, estos deben ser claros y adaptables para poder responder a los cambios del entorno. (Mintzberg, 1994).
- **Visión**, es la proyección a futuro que toda organización tiene sobre su propósito y dirección. Esta debe ser inspiradora y motivadora para todos los miembros de la organización. (Collins & Porras, 1996).
- **Misión**, es la razón de ser de la organización, en otras palabras, su propósito fundamental. La misión debe ser clara y centrarse en el valor que la organización proporciona a sus interesados. (Drucker, 1974).
- **Metas**, son los objetivos específicos que la organización desea alcanzar en un determinado período de tiempo, deben ser específicas, medibles y alcanzables para fomentar la motivación y el desempeño de los trabajadores. (Locke, 2002).
- **Valores estratégicos**, son principios y creencias que guían el comportamiento y las decisiones al interior de una organización. Los valores deben ser compartidos y son fundamentales para la cultura organizacional (Schein, 2010).
- **Uso de lenguaje inclusivo**, considera que la organización debe emplear una forma de comunicación que no discrimine ni excluya a ningún grupo, su uso es crucial para promover la equidad. (Spender, 1980).
- **Enfoque intercultural**, está referido a la capacidad de reconocer y valorar las diferencias culturales. Las organizaciones deben entender estas diferencias para lograr una comunicación efectiva (Hofstede, 1980).

- **Enfoque de género**, toma en cuenta las desigualdades basadas en el género. Las organizaciones deben garantizar que las políticas y programas respondan a las necesidades de todos los géneros. (Moser, 1993)

DIMENSION 2

2.2.1.2. CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

Es el medio a través del cual se transmite información dentro de una organización. Incluye correos electrónicos, intranets, reuniones y murales informativos. La elección adecuada del canal de comunicación es importante para asegurar que la información llegue de manera correcta a todos los empleados (Downs & Adrian, 2004)

INDICADORES

- **Correo electrónico**, es una herramienta digital para el intercambio de mensajes, su uso en el entorno laboral puede mejorar la comunicación interna (Kirkpatrick, 2012).
- **Intranet**, es una red interna que permite la comunicación y el acceso a información entre los trabajadores, su uso se puede convertir en un recurso valioso para fomentar la colaboración y difusión de información (McLoughlin, 2007).
- **Mural interno**, es un espacio físico donde se exhibe información relevante. Estos espacios de comunicación visual pueden mejorar la cultura organizacional (Barker & Gower, 2010).
- **Reuniones**, son encuentros programados donde se discuten temas relevantes. Estas son importantes para la toma de decisiones y la coordinación en la organización (Allen & Meyer, 2014).
- **Revista o boletín informativo**, es un medio que proporciona actualizaciones sobre las actividades y noticias que acontecen en la organización con la finalidad de fortalecer el sentido de pertenencia en el lugar de trabajo (Hargie, 2011).
- **Mensaje de texto**, son una forma rápida de comunicación, son eficaces para la difusión inmediata de la información en una organización (Cummings & Kraut 2009).

DIMENSION 3

2.2.1.3. MENSAJES DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

El mensaje hace referencia al contenido de la comunicación que desea transmitir a los receptores. Un buen mensaje debe ser claro, preciso y relevante para que sea entendido plenamente por la audiencia. La calidad del mensaje influye significativamente en la efectividad de la comunicación organizacional. (Berlo, 1960)

INDICADORES

- **Relevante y oportuna**, se refiere a la transmisión de información significativa en el momento adecuado, su efectividad depende de la calidad y el momento en que la información es transmitida (Daft & Lengel, 1986).
- **Clara, completa y coherente**, es importante para evitar malentendidos. Según Schmid (2014) una buena comunicación debe ser accesible y fácil de entender para los miembros de la organización.
- **Precisa, concreta y directa**, es esencial para la claridad, ser conciso en la comunicación ayuda a transmitir el mensaje sin confusiones (Kosslyn & Miller, 2009).

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

a. Actividades

Se refiere al conjunto de operaciones o tareas que son propias de unas personas o de una organización. (Real Academia Española, 2024)

b. Ambiente laboral

Hace referencia a la percepción que tienen los colaboradores con relación a los aspectos que definen la calidad de la experiencia en los centros de trabajo (Vargas, 2024)

c. Calidad de servicio

Es el grado de atención en que los servicios de salud brindan a las personas y los grupos de población incrementan la posibilidad de obtener resultados sanitarios deseados y se sujetan a conocimientos profesionales basados en datos probatorios. (Organización Mundial de la Salud, 2020)

d. Datos

Referido a la información sobre algo específico, el cual permite su conocimiento idóneo o sirve para sacar conclusiones. (Real Academia Española, 2024)

e. Hospital

Es la organización que tiene por finalidad el diagnóstico y tratamiento de enfermos, así como la práctica de la investigación y docencia. (Real Academia Española, 2024)

f. Información

Conjunto organizado de datos importantes para uno o más personas que extraen de él un conocimiento. (Equipo editorial, 2024)

g. Organización

Es un sistema social formado por un conjunto de personas que tienen el mismo objetivo a lograr en un determinado tiempo, espacio y cultura determinada. (Raffino, 2024)

h. Paciente

Es aquella persona que es o va a ser reconocida medicamente. (Real Academia Española, 2024)

i. Receptor

Es un acto de comunicación, y se vincula a la persona que va a recibir la información (Real Academia Española, 2024)

j. Satisfacción

Se puede entender como el cumplimiento de un deseo o la resolución de una necesidad, de tal forma que te produzca saciedad y tranquilidad. (Equipo editorial, 2022)

2.4. VARIABLE

2.4.1. VARIABLE ÚNICA

Comunicación interna

DIMENSIONES

- Difusión de la información
- Canal de comunicación interna
- Mensaje

2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1
Operacionalización de variable

VARIABLE	DIMENSIONES	ÍNDICADORES	ITEMS
Comunicación Interna	Difusión de la información	Planes Visión Misión Metas Valores estratégicos Uso de lenguaje inclusivo Enfoque intercultural Enfoque de genero	1 al 8
	Canal de comunicación interna	Correo electrónico Intranet Mural interno Reuniones Revista o boletín informativo Mensaje de texto	10 al 15
	Mensaje	Relevante y oportuna Clara, completa y coherente Precisa, concreta y directa	16 al 18

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El estudio fue en tipo aplicado, porque se buscó confrontar la teoría con la realidad. Se describió la comunicación interna en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024.

3.1.1 ENFOQUE

El estudio corresponde al enfoque cuantitativo, porque se usó la medición numérica y el análisis estadístico, para poder establecer pautas de comportamiento (Hernández et al. 2014)

3.1.2 ALCANCE O NIVEL

El estudio fue de nivel descriptivo, porque se buscó especificar las características importantes de la comunicación interna en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024.

3.1.3 DISEÑO

El estudio se realizó sin manipular la variable y solo se observó cómo es la comunicación interna en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024. Fue de corte transversal ya que solo se recolectaron los datos en un solo momento.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. POBLACIÓN

La población de estudio estuvo constituida por los trabajadores administrativos, nombrados y contratados por la modalidad CAS Indeterminado de la Unidad Territorial de Establecimiento de Salud US401 Leoncio Prado, en adelante Hospital de Tingo María.

Tabla 2

Trabajadores Administrativos de la Unidad Territorial de Establecimiento de Salud US401 Leoncio Prado

N°	Tipo de contrato	Cantidad
1	Nombrados	31
2	Cas Indeterminados	15
Total		46

Criterios de Inclusión:

- Trabajadores que no se encuentren con algún tipo de licencia de trabajo.

Criterios de Exclusión:

- Trabajadores que se encuentren con algún tipo de licencia de trabajo.

3.2.2. MUESTRA

La muestra fue igual a la población mencionada

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El estudio usó, para la recolección de datos en la elaboración del proyecto, la revisión de datos secundarios, el cual implica la revisión de documentos como tesis, libros, páginas electrónicas sobre comunicación interna, y de esa manera elaborar el marco teórico del estudio. Para la segunda etapa se empleó la técnica de campo usando la encuesta, y como instrumento un cuestionario el cual estuvo constituido por un conjunto de preguntas respecto a la variable en estudio (Hernández et al. 2014)

3.3.1 TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Para el procesamiento y análisis de la información se utilizó el software informático procesador de texto Microsoft Word, para la tabulación de datos se empleó la hoja de cálculo Excel, para el análisis estadístico se utilizó el SPSS, el cual nos permitió realizar la captura y análisis de los datos para poder crear las tablas y figuras. Finalmente, para la presentación de los resultados emplearemos Power Point.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1. ANALISIS DE RESULTADOS

Comunicación interna

Tabla 3

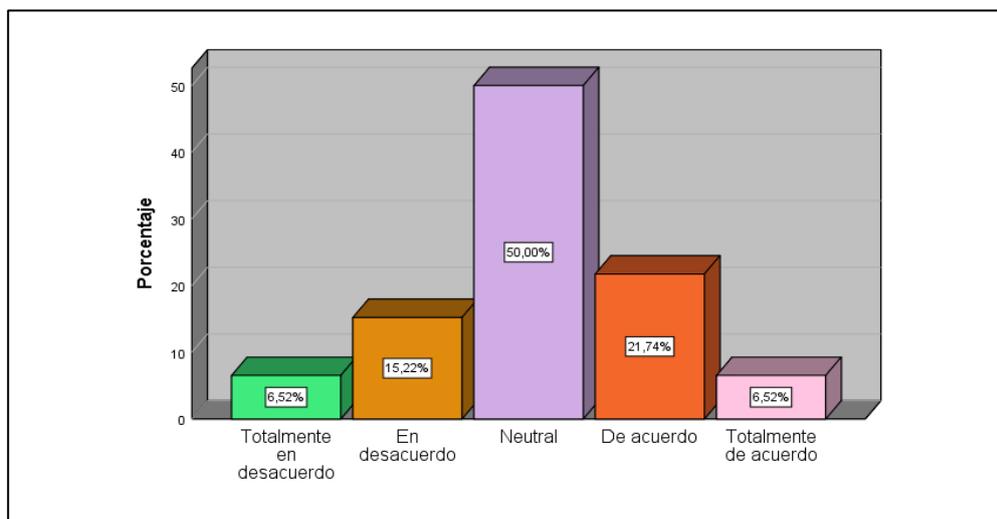
¿La información sobre los planes estratégicos del hospital es accesible y comprensible?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,5
	En desacuerdo	7	15,2
	Neutral	23	50,0
	De acuerdo	10	21,7
	Totalmente de acuerdo	3	6,5
	Total	46	100,0

Nota. Encuesta

Figura 1

¿La información sobre los planes estratégicos del hospital es accesible y comprensible?



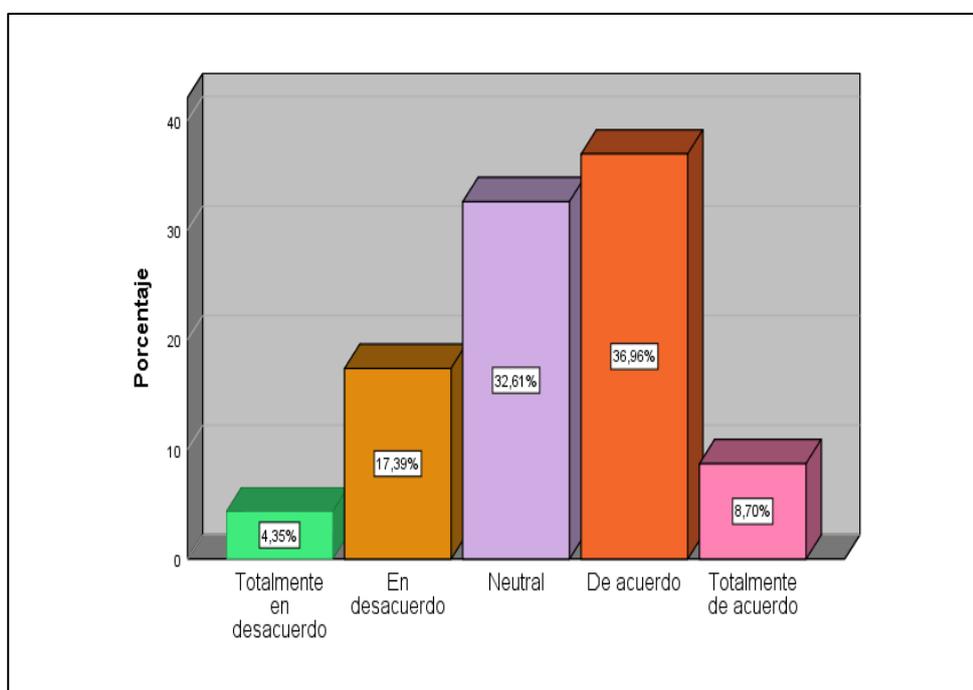
Análisis e interpretación

Se observa que entre los encuestados que el 21,7 % conocen y comprenden los planes estratégicos, mientras el 50 % es neutral y el 6,52 % considera totalmente en desacuerdo.

Existe los planes estratégicos en la institución, pero no todos los trabajadores son conocedores de dicho plan.

Tabla 4*¿La visión del hospital es conocida y compartida por todos los trabajadores?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3
	En desacuerdo	8	17,4
	Neutral	15	32,6
	De acuerdo	17	37,0
	Totalmente de acuerdo	4	8,7
	Total	46	100,0

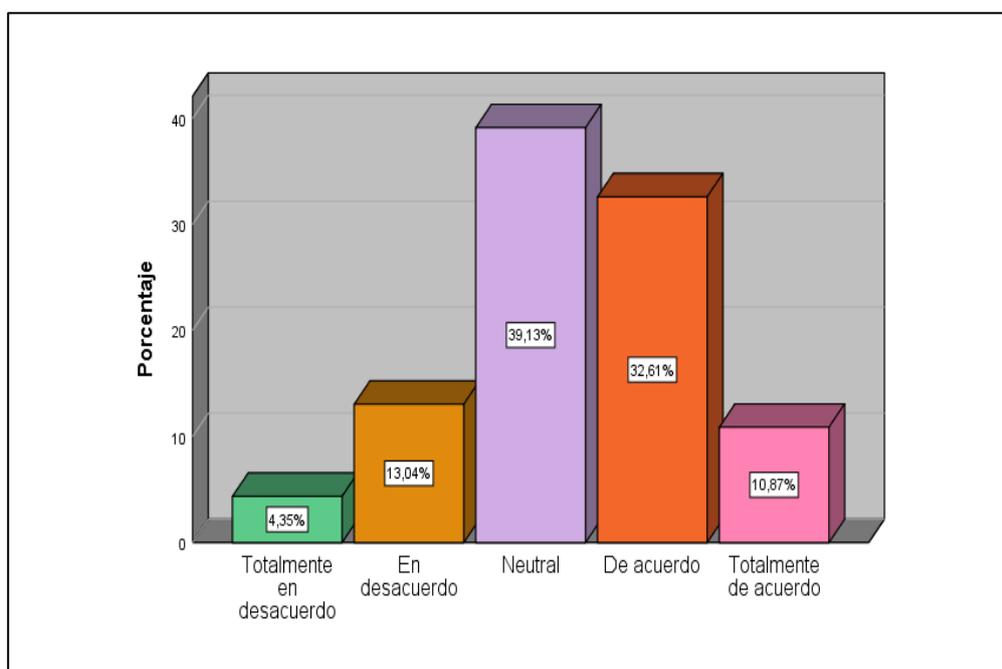
Nota. Encuesta**Figura 2***¿La visión del hospital es conocida y compartida por todos los trabajadores?***Análisis e interpretación**

Se observa que entre los encuestados el 36.96% están de acuerdo que la visión es conocida y compartida por los trabajadores, mientras que el 4,35% está totalmente en desacuerdo.

Existe mayor proporción de trabajadores que tienen en cuenta la visión del hospital, para el desarrollo y logro de los objetivos a largo plazo.

Tabla 5*¿La misión del hospital está clara y es comunicada y entendida por el personal?*

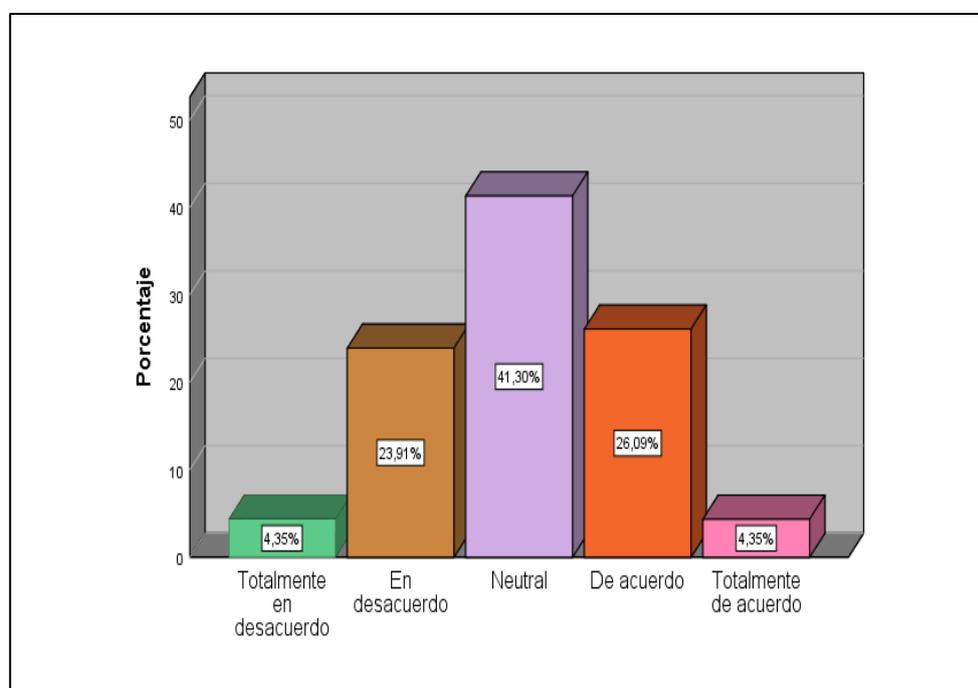
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3
	En desacuerdo	6	13,0
	Neutral	18	39,1
	De acuerdo	15	32,6
	Totalmente de acuerdo	5	10,9
	Total	46	100,0

Nota. Encuesta**Figura 3***¿La misión del hospital está clara y es comunicada y entendida por el personal?***Análisis e interpretación**

Se observa que el 32.6 % de los encuestados está de acuerdo en que la misión es clara y comunicada a todo el personal, mientras que 39.13 % es neutral con sus respuestas y 4.35 % está totalmente en desacuerdo. La misión es entendida por una parte de los trabajadores, otros prefieren no responder y algunos desconocen.

Tabla 6*¿Las metas del hospital son claras y son comunicadas a todos los niveles?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3
	En desacuerdo	11	23,9
	Neutral	19	41,3
	De acuerdo	12	26,1
	Totalmente de acuerdo	2	4,3
	Total	46	100,0

Nota. Encuesta**Figura 4***¿Las metas del hospital son claras y son comunicadas a todos los niveles?***Análisis e interpretación.**

Se observa que el 41.30 % de los encuestados considera neutral que las metas sean comunicadas y compartidas; pero existe un 26.1 % que están de acuerdo y el 4.35 % está totalmente en desacuerdo.

Gran parte de los trabajadores prefieren no responder, otros que, si están de acuerdo, muy pocos que están totalmente en desacuerdo

Tabla 7

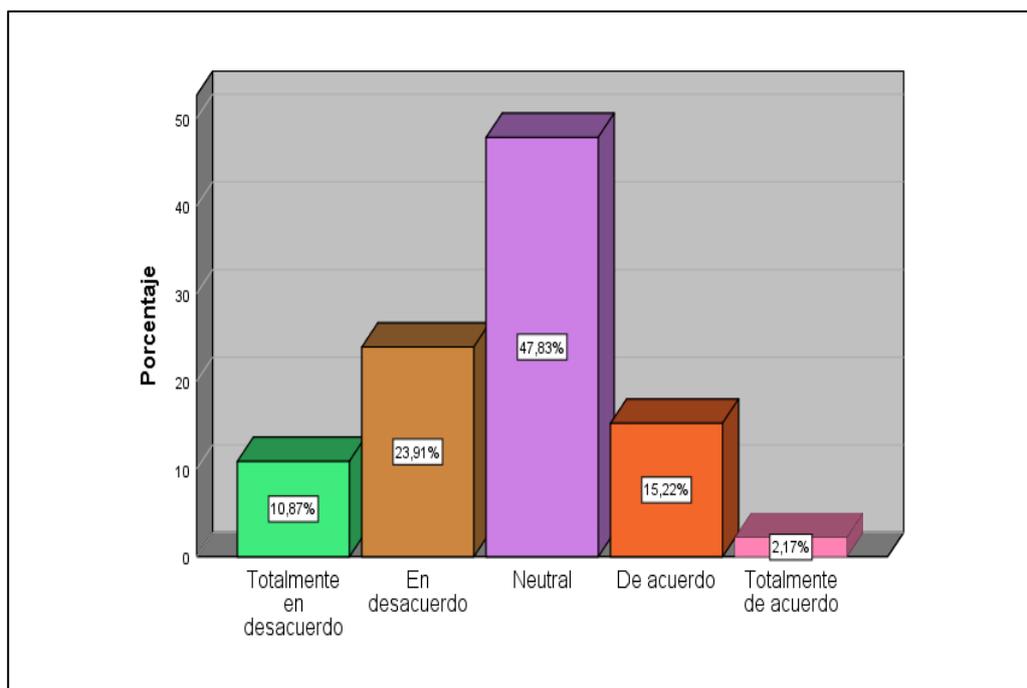
¿Los valores estratégicos del hospital son promovidos y reconocidos en el ambiente laboral?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	10,9
	En desacuerdo	11	23,9
	Neutral	22	47,8
	De acuerdo	7	15,2
	Totalmente de acuerdo	1	2,2
	Total	46	100,0

Nota. Encuesta

Figura 5

¿Los valores estratégicos del hospital son promovidos y reconocidos en el ambiente laboral?



Análisis e interpretación

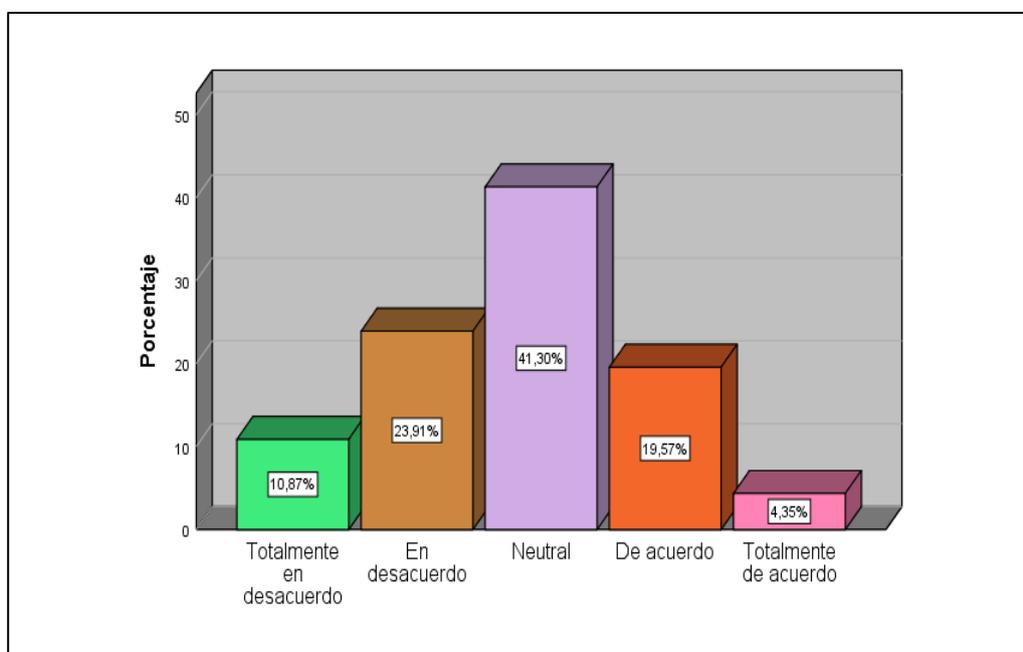
Se observa que dentro de los encuestados el 29.9 % está en desacuerdo el 47.83 % considera neutral que los valores estratégicos sean reconocidos y promovidas; mientras que el 2.17 % está totalmente de acuerdo.

Existe desconocimiento de los trabajadores, casi la mitad que prefiere no opinar y muy pocos los que están de acuerdo.

Tabla 8*¿Se utiliza un lenguaje inclusivo en la comunicación interna del hospital?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	10,9
	En desacuerdo	11	23,9
	Neutral	19	41,3
	De acuerdo	9	19,6
	Totalmente de acuerdo	2	4,3
	Total	46	100,0

Nota. Encuesta

Figura 6*¿Se utiliza un lenguaje inclusivo en la comunicación interna del hospital?***Análisis e interpretación**

Se observa que el 41.30 % de los encuestados considera de forma neutral el uso del lenguaje inclusivo; mientras que 4.35 % está totalmente de acuerdo

El uso del lenguaje para transmitir la información a veces es inclusivo, pero a veces no, porque es diferente usar un lenguaje cuando la información es dirigida a los jefes y diferente cuando es dirigida a los subordinados.

Tabla 9

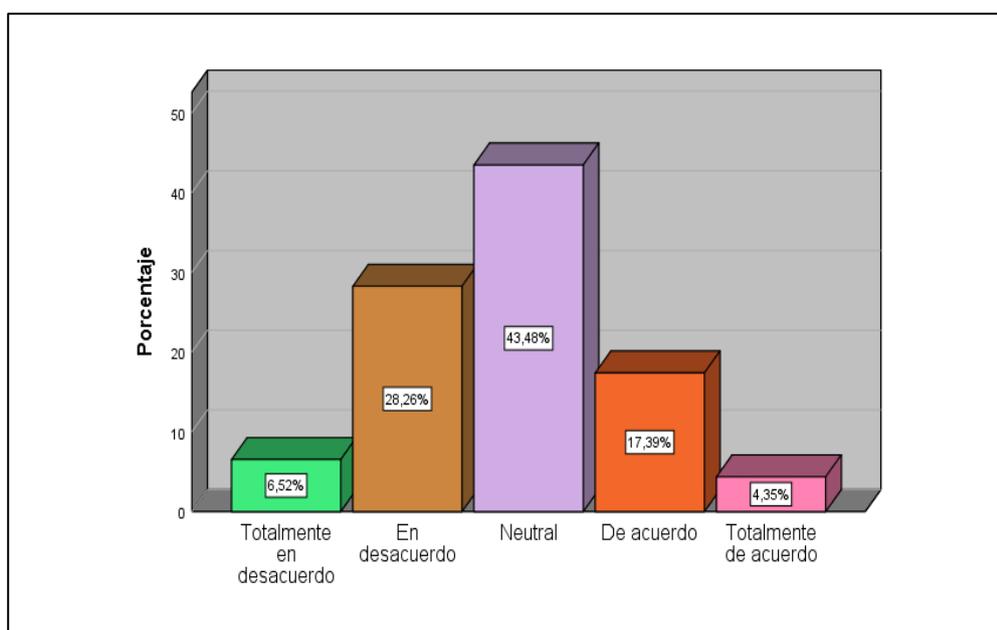
¿La comunicación refleja un enfoque intercultural que respeta la diversidad de la población atendida?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,5
	En desacuerdo	13	28,3
	Neutral	20	43,5
	De acuerdo	8	17,4
	Totalmente de acuerdo	2	4,3
	Total	46	100,0

Nota. Encuesta

Figura 7

¿La comunicación refleja un enfoque intercultural que respeta la diversidad de la población atendida?



Análisis e interpretación

Se observa que el 43.48 % de los encuestados considera neutral sobre la comunicación con enfoque intercultural; el 28.3 % en desacuerdo y el 4.35 % está totalmente en desacuerdo.

No existe comunicación con enfoque intercultural en el hospital Tingo María.

Tabla 10

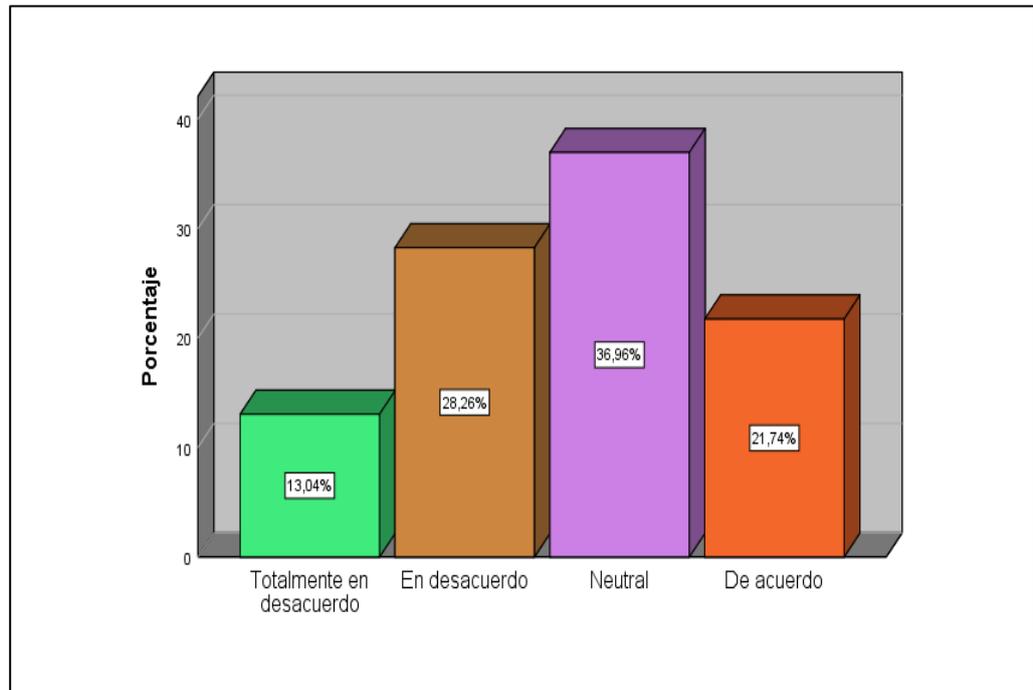
¿Las comunicaciones internas abordan de manera adecuada el enfoque de género?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	13,0
	En desacuerdo	13	28,3
	Neutral	17	37,0
	De acuerdo	10	21,7
	Total	46	100,0

Nota. Encuesta

Figura 8

¿Las comunicaciones internas abordan de manera adecuada el enfoque de género?



Análisis e interpretación

Se observa que el 36.96 % de los encuestados consideran neutral la comunicación interna con enfoque de género; mientras que el 13.04 % está totalmente en desacuerdo.

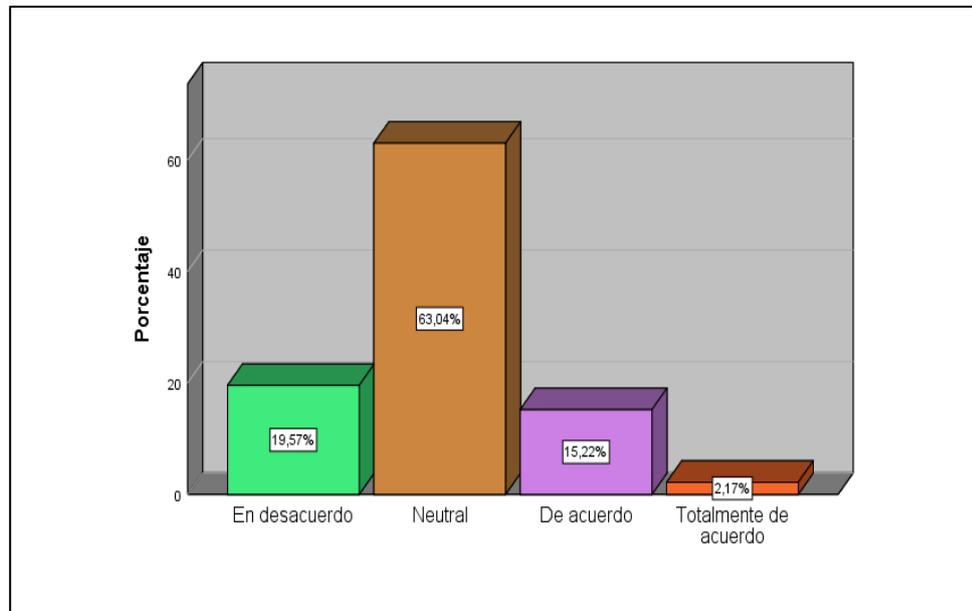
No se da la comunicación respetando los enfoques de género dentro de la institución.

Tabla 11
Dimensión 1 : difusión de información

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	9	19,6
	Neutral	29	63,0
	De acuerdo	7	15,2
	Totalmente de acuerdo	1	2,2
	Total	46	100,0

Nota. Encuesta

Figura 9
Difusión de información



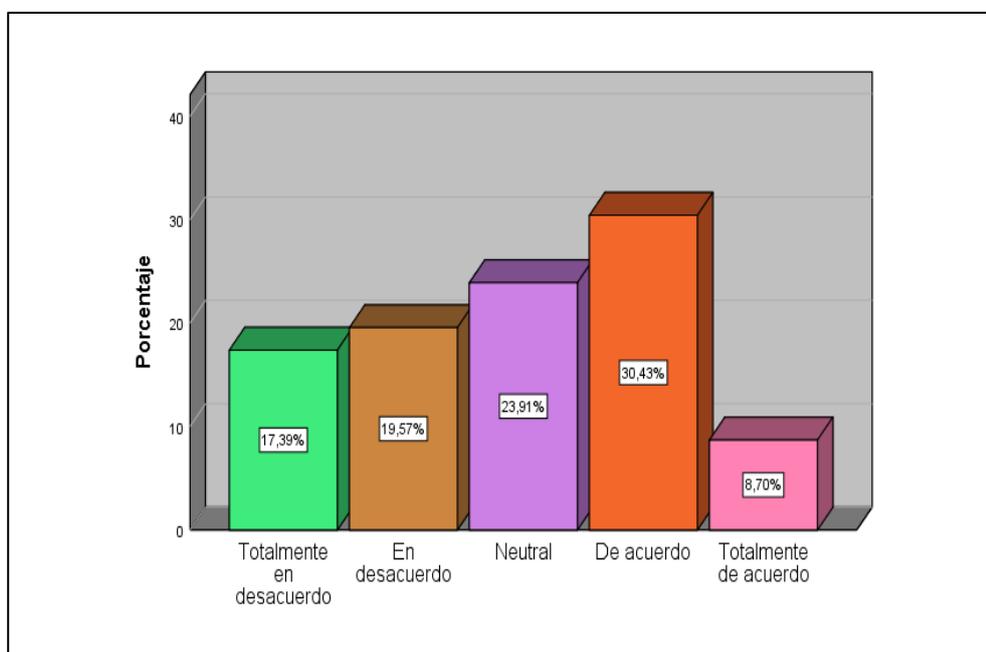
Análisis e interpretación

Se observa que el 63.04 % de los trabajadores del hospital Tingo María consideran neutral la difusión de información, mientras que solo un 2,17 % están de acuerdo con esta dimensión.

Los trabajadores consideran imparcial la forma en cómo se da la difusión de información en el hospital Tingo María, porque no siempre son comunicadas al personal.

Tabla 12*¿El correo electrónico es un canal efectivo para la comunicación interna del hospital?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	17,4
	En desacuerdo	9	19,6
	Neutral	11	23,9
	De acuerdo	14	30,4
	Totalmente de acuerdo	4	8,7
	Total	46	100,0

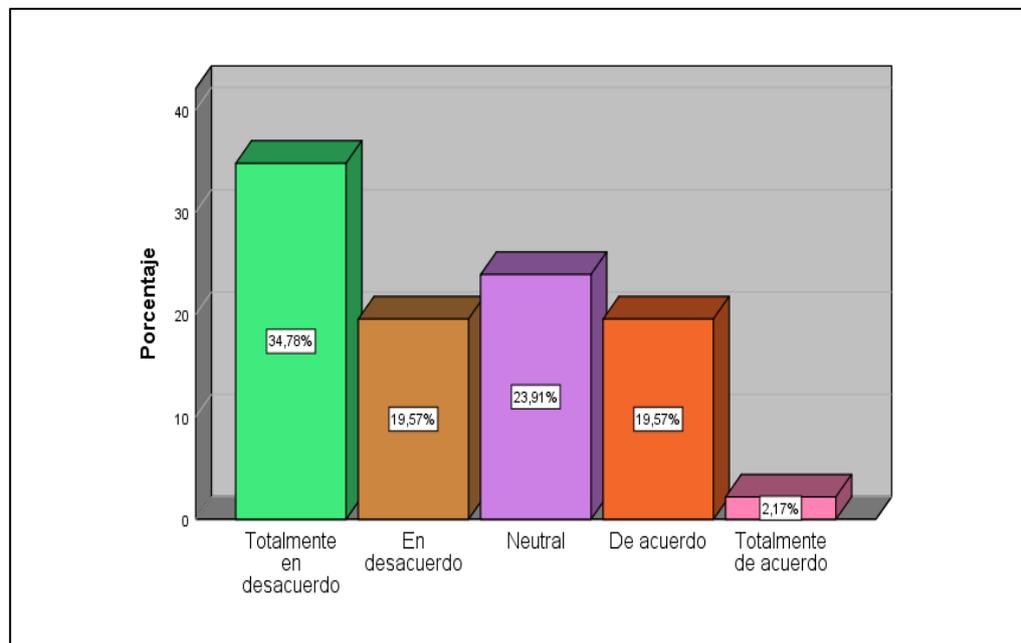
Nota. Encuesta**Figura 10***¿El correo electrónico es un canal efectivo para la comunicación interna del hospital?***Análisis e interpretación**

Se observa que el 30,43 % de los encuestados está de acuerdo con el uso del correo electrónico y un 8,70 % totalmente de acuerdo.

Existe una gran aceptación en el uso del correo electrónico como medio de comunicación para transmitir y recibir la información relevante y necesaria dentro de la institución.

Tabla 13*¿La intranet se utiliza de manera efectiva para la divulgación de la información?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	16	34,8
	En desacuerdo	9	19,6
	Neutral	11	23,9
	De acuerdo	9	19,6
	Totalmente de acuerdo	1	2,2
	Total	46	100,0

Nota. Encuesta**Figura 11***¿La intranet se utiliza de manera efectiva para la divulgación de la información?***Análisis e interpretación**

Entre los encuestados se observa que el 34.78 % está totalmente en desacuerdo con el uso de la intranet, mientras que solo el 2.17 % totalmente de acuerdo.

Existe una mayor proporción de disconformidad con respecto a la intranet, porque en el lugar de trabajo no cuentan con el sistema de intranet instalada en sus computadoras.

Tabla 14

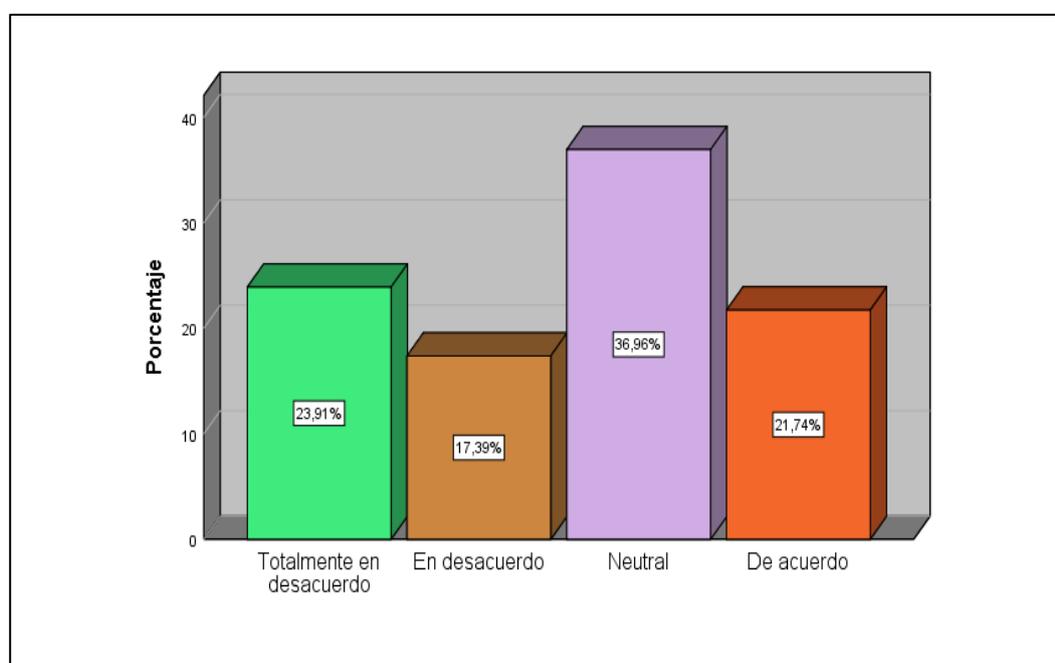
¿El mural interno es utilizado para la comunicación de información relevante?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	11	23,9
	En desacuerdo	8	17,4
	Neutral	17	37,0
	De acuerdo	10	21,7
	Total	46	100,0

Nota. Encuesta

Figura 12

¿El mural interno es utilizado para la comunicación de información relevante?



Análisis e interpretación

Se observa que el 36.96 % considera neutral sobre el uso del mural interno para la comunicación de información, mientras que 17.39 % está en desacuerdo.

Es decir que el mural interno no está siendo usado de manera continua, y la información que se observa es actualizada.

Tabla 15

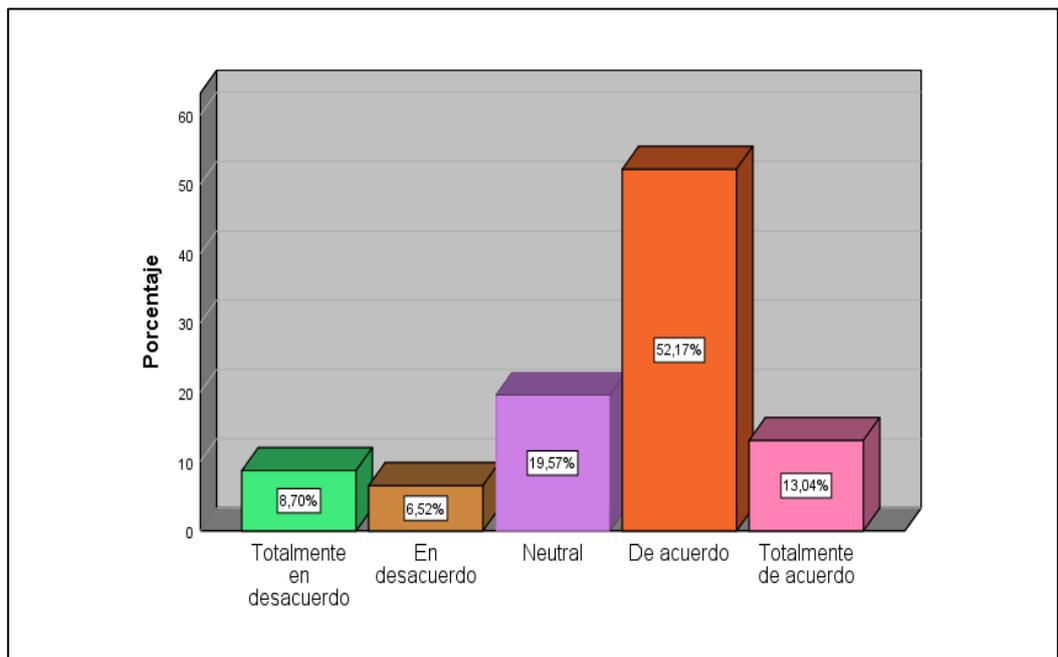
¿Las reuniones son un espacio adecuado para la comunicación de información importante?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	8,7
	En desacuerdo	3	6,5
	Neutral	9	19,6
	De acuerdo	24	52,2
	Totalmente de acuerdo	6	13,0
	Total		46

Nota. Encuesta

Figura 13

¿Las reuniones son un espacio adecuado para la comunicación de información importante?



Análisis e interpretación

Se observa que el 52.17 % de los encuestados están de acuerdo con que las reuniones es un espacio adecuado para la comunicación de información, mientras que 6.52 % está en desacuerdo.

Consideran las reuniones como un espacio adecuado para transmitir y recibir información, ya que es una forma directa de comunicar, un espacio donde el emisor y el receptor puedan expresar sus ideas, opiniones e informar las cosas importantes para la institución.

Tabla 16

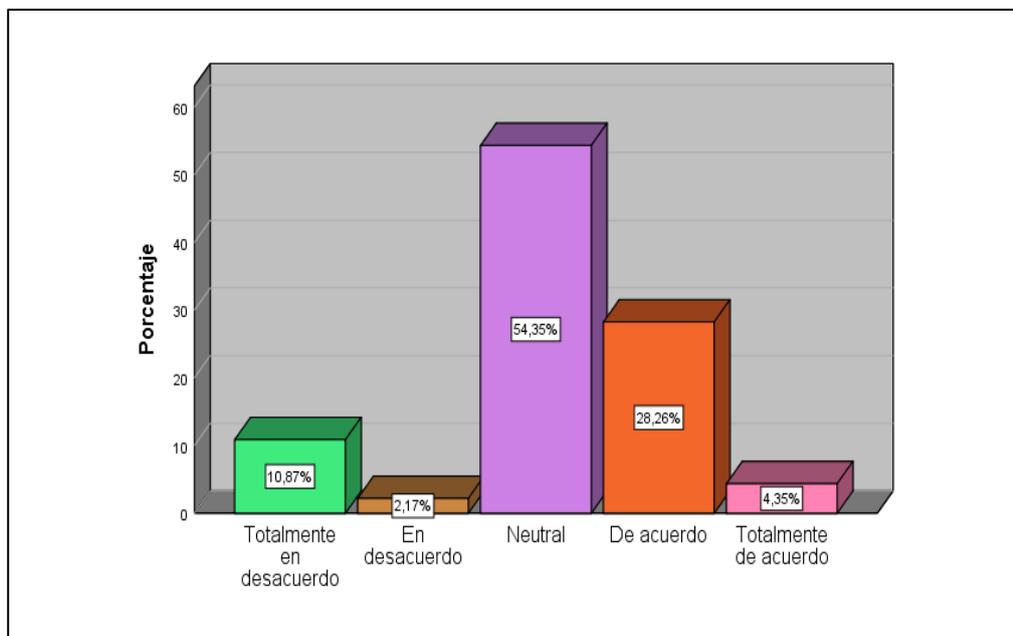
¿La revista o boletín informativo del hospital proporciona información útil y relevante?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	10,9
	En desacuerdo	1	2,2
	Neutral	25	54,3
	De acuerdo	13	28,3
	Totalmente de acuerdo	2	4,3
	Total		46

Nota. Encuesta

Figura 14

¿La revista o boletín informativo del hospital proporciona información útil y relevante?



Análisis e interpretación

se observa que el 54.35 % de los encuestados consideran de manera neutral la revista o boletín como medio de comunicación, pero también un 28.2 % que están de acuerdo y un 2.17 % está en desacuerdo.

Lo que se puede interpretar que la revista o boletín para la mayoría de los encuestados no lo toman en cuenta, pero también hay trabajadores que si lo consideran importante y una pequeña parte que no le dan importancia.

Tabla 17

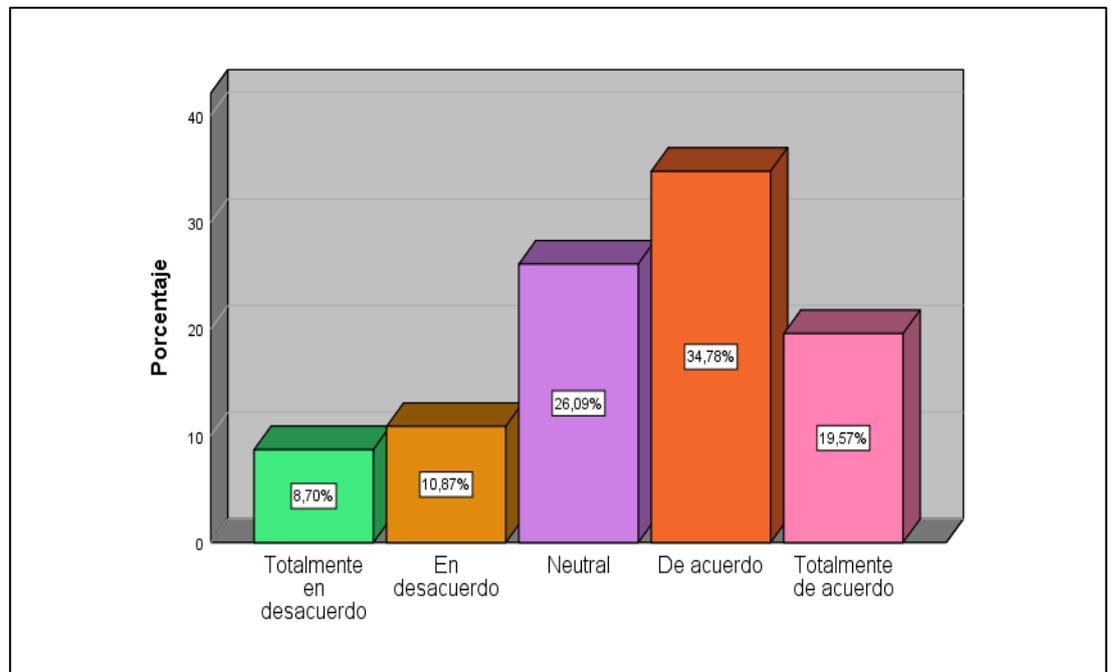
¿El uso de mensaje de texto es un medio eficaz para la comunicación interna?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	8,7
	En desacuerdo	5	10,9
	Neutral	12	26,1
	De acuerdo	16	34,8
	Totalmente de acuerdo	9	19,6
	Total		46

Nota. Encuesta

Figura 15

¿El uso de mensaje de texto es un medio eficaz para la comunicación interna?



Análisis e interpretación

Se observa que entre los encuestados el 34.78 % están de acuerdo con que el mensaje de texto es un canal eficaz para transmitir información, mientras que el 8.70 % está totalmente en desacuerdo.

Existe gran aceptación con que el mensaje de texto es un medio de información muy eficaz para la comunicación interna, ya que en la actualidad todo ser humano cuenta con un dispositivo móvil a la mano y más aún conectados a internet las 24/ 7.

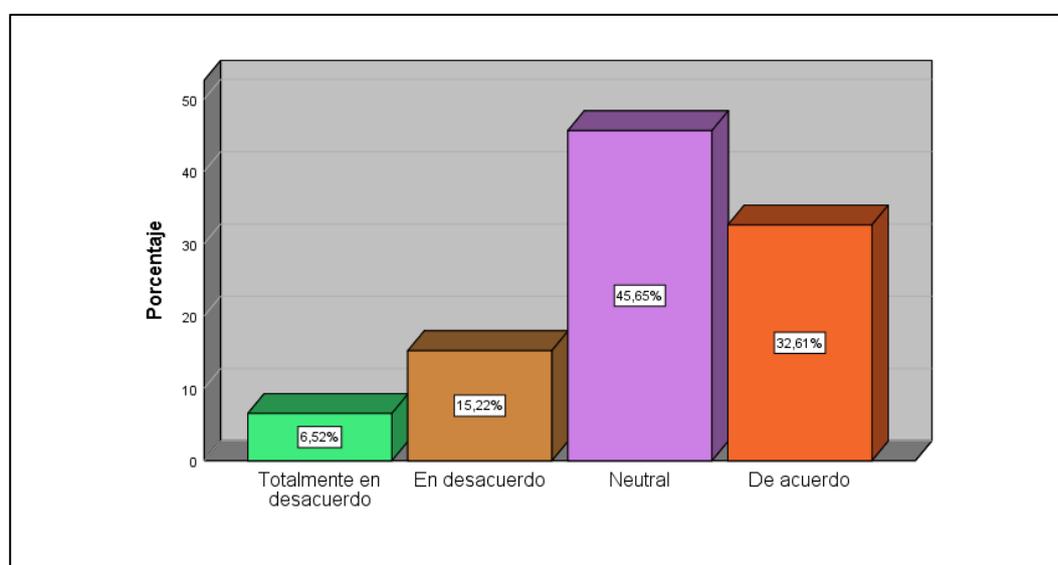
Tabla 18
Dimensión 2: canal de comunicación interna

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,5
	En desacuerdo	7	15,2
	Neutral	21	45,7
	De acuerdo	15	32,6
	Total	46	100,0

Nota. Encuesta

Figura 16

Canal de comunicación interna



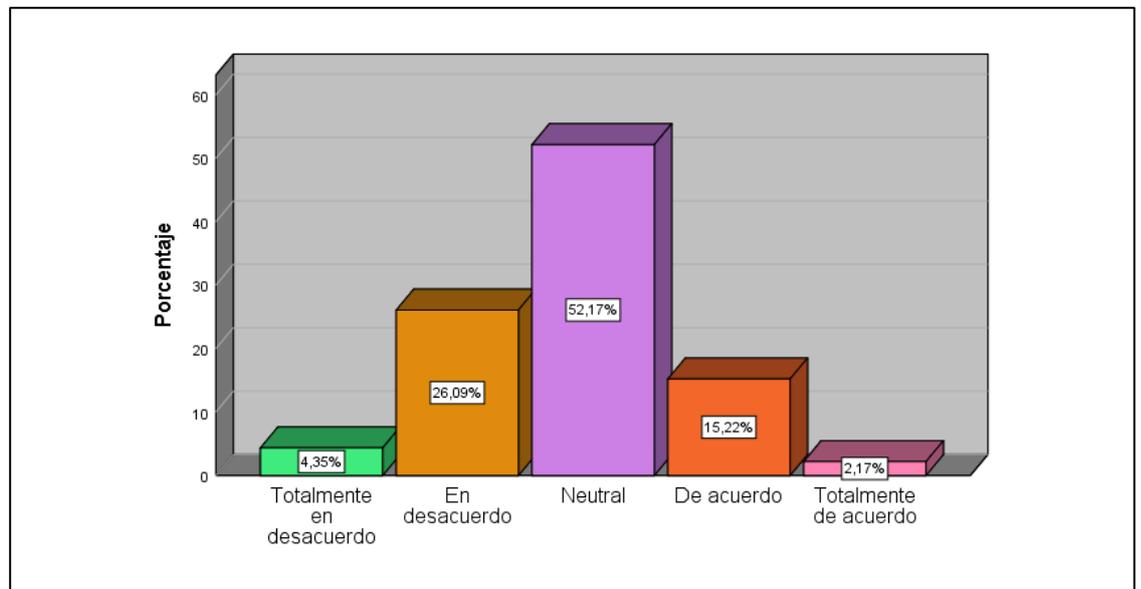
Análisis e interpretación

Se observa que el 45.65 % de los trabajadores del hospital Tingo María consideran de forma neutral el canal de comunicación, un 32.81 % que están de acuerdo con los medios de comunicación que usan y solo un 6.52 % están totalmente en desacuerdo con esta dimensión.

La mayoría de los trabajadores prefirió no contestar, pero otros trabajadores si están de acuerdo, ya que se adaptan a los medios de comunicación con las que cuenta la institución, siendo las más efectivas las reuniones, el mensaje de texto y el correo electrónico.

Tabla 19*¿La información comunicada es relevante y se proporciona de manera oportuna?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3
	En desacuerdo	12	26,1
	Neutral	24	52,2
	De acuerdo	7	15,2
	Totalmente de acuerdo	1	2,2
	Total	46	100,0

Nota. Encuesta**Figura 17***¿La información comunicada es relevante y se proporciona de manera oportuna?*

Análisis e interpretación

Se observa que entre los encuestados el 52.17 % considera neutral que la información que se transmite sea relevante y oportuna, mientras que el 2.17 % está totalmente de acuerdo.

Lo que significa que existe una gran proporción de trabajadores que consideran que muchas veces no es tan relevante la información y que es comunicada inoportunamente, sin embargo, se tiene que recibir el mensaje para dar el trámite correspondiente según se detalle.

Tabla 20

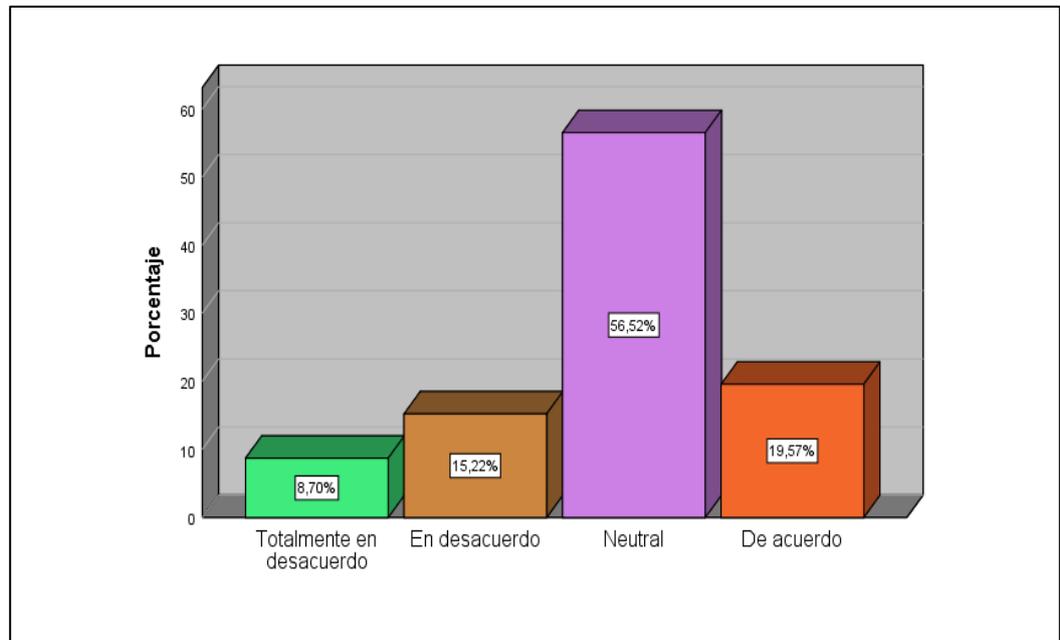
¿La información que se transmite es clara, completa y coherente?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	8,7
	En desacuerdo	7	15,2
	Neutral	26	56,5
	De acuerdo	9	19,6
	Total	46	100,0

Nota. Encuesta

Figura 18

¿La información que se transmite es clara, completa y coherente?



Análisis e interpretación

Se observa que el 56.52 % de los encuestados considera de manera neutral que la información que se transmite sea clara, completa y coherente; pero el 19.6 % que está de acuerdo y un 8.7 % está totalmente en desacuerdo.

Existe una aceptación a medias de este ítem a causa de que la información que se brinda no es tan clara ni completa, ni se usan las palabras adecuadas; pero si se entiende el mensaje.

Tabla 21

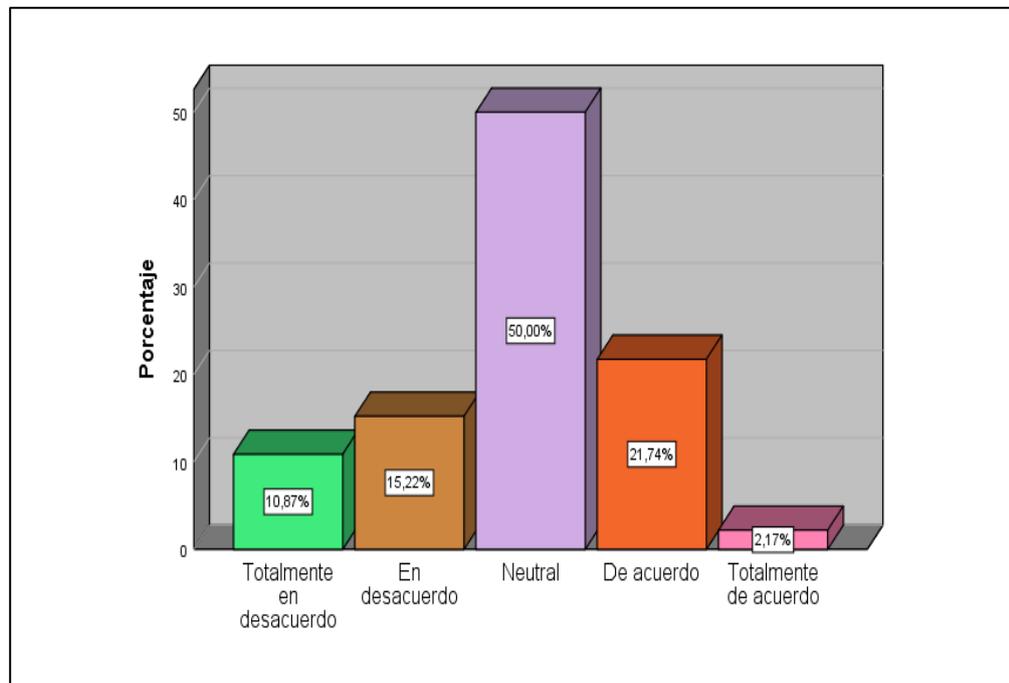
¿La comunicación interna es precisa, concreta y directa?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	10,9
	En desacuerdo	7	15,2
	Neutral	23	50,0
	De acuerdo	10	21,7
	Totalmente de acuerdo	1	2,2
	Total	46	100,0

Nota. Encuesta

Figura 19

¿La comunicación interna es precisa, concreta y directa?



Análisis e interpretación

se observa que el 50 % de los encuestados, considera neutral que la información sea precisa, concreta y directa; mientras que el 2.17 % está totalmente de acuerdo.

Existe aceptación del mensaje sí, pero no consideran que sea concreta la información que se les brinda y a veces es de forma directa pero otras veces mediante intermediarios.

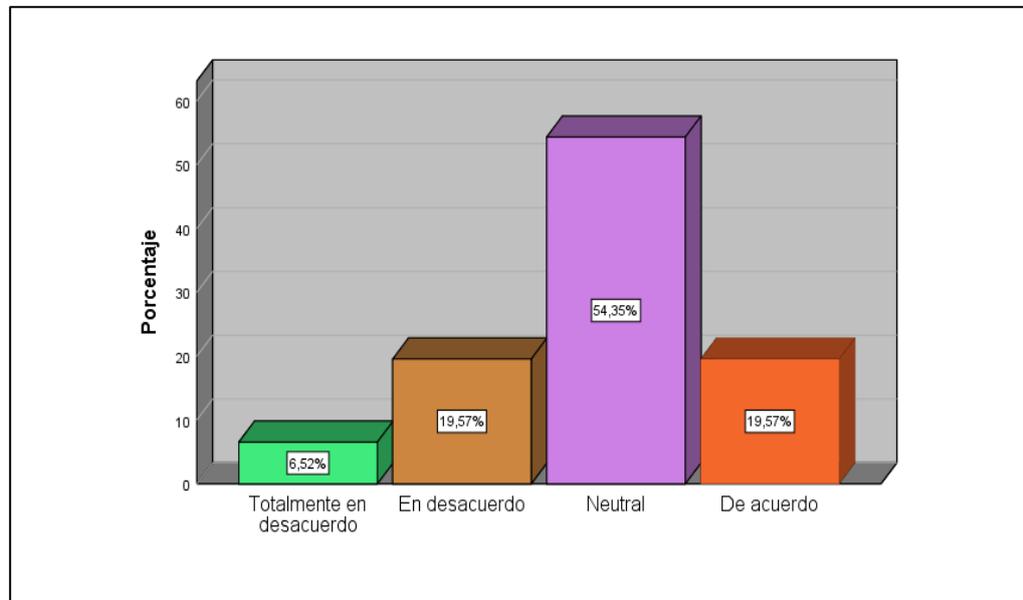
Tabla 22
Dimensión 3: mensaje

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,5
	En desacuerdo	9	19,6
	Neutral	25	54,3
	De acuerdo	9	19,6
	Total	46	100,0

Nota. Encuesta

Figura 20

Dimensión 3: mensaje



Análisis e interpretación

Se observa que un 54.35 % de los trabajadores del hospital Tingo María consideran neutral el mensaje que se les transmite, pero también se ve que el 19.6 % está de acuerdo y que solo el 6.52 % está totalmente en desacuerdo.

Los trabajadores reciben el mensaje porque tiene que cumplir con sus funciones, sin embargo, consideran que la información que brindan tiene falencias, una de ellas es que no se dan en el momento oportuno y mucha de ellas se debe atender con límites de tiempo, no obstante, el mensaje es recibido como tal y atendido.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADO

- **Con el objetivo general:** Mi investigación ha demostrado que la comunicación interna en el hospital Tingo María es regular, ya que uno de sus porcentajes más altos con un 63%, consideran neutral la comunicación dentro del establecimiento, al igual que Osorio (2023) en su investigación sobre las formas de comunicación organizacional, concluye que el 50 % considera regular las formas comunicacionales; a diferencia de Neyra (2023) en su investigación sobre el impacto de la comunicación interna en las organizaciones, concluye que la comunicación interna impacta de forma positiva en las organizaciones, ya que se debe conocer las estrategias y propósitos de la empresa, para ayudar al logro de sus objetivos.
- **Con el segundo objetivo específico:** Según mi investigación se afirma que los canales de comunicación más aceptadas en el hospital Tingo María son las reuniones alcanzando un 52.2 %, una de las opciones que más resalta para tener una comunicación de información más clara y directa. Según la correlación de Pearson, en la investigación de Esteban (2024) sobre la relación de la comunicación interna con el clima organizacional en Automotores Moral, concluye que cuando suscitan problemas en la empresa el 65.38 % opina que el diálogo es la mejor solución, lo que el 59.62 % opina que el intercambio de ideas y coordinaciones entre los equipos es adecuado para que fluya un buen clima organizacional.

CONCLUSIONES

1. Se concluye que la comunicación interna en el hospital Tingo María es regular, como se observa en la tabla 11 que el 63 % considera neutral con respecto a la difusión de información. Así mismo se determina que los trabajadores del hospital Tingo María consideran regular el canal de comunicación interna, tal como se muestra en la tabla 18, donde resulta que el 45.7 % es neutral, pero otra parte de los trabajadores un 38.1 % están de acuerdo con los medios de comunicación que se están usando. Con respecto al mensaje que se transmite en este hospital se define que es regular, ya que al realizar el procesamiento de datos recolectados se obtuvo como resultado que el 54.3 % de los encuestados consideran neutral.
2. Se concluye que la difusión de información en el hospital Tingo María es neutral, porque la información sobre los planes estratégicos, la visión, misión, metas, valores estratégicos, no es conocida por todos los trabajadores, también se concluye que no se brinda información respetando el uso del lenguaje inclusivo, el enfoque intercultural y enfoque de género , como se observa desde la tabla 3 hasta la tabla 10 donde arrojó un mayor porcentaje considerándose de forma neutral con respecto a la distribución de este tipo de información en el hospital de Tingo María.
3. Por otro lado, se describe que, para el canal de comunicación interna, los trabajadores consideraron que están de acuerdo con el uso del correo electrónico tal como se evidencia en la tabla 12 con un porcentaje de 30.4 %, pero no piensan lo mismo cuando se refirió al uso de la intranet, considerándose en total desacuerdo con un porcentaje del 34.8 % en la tabla 13, ya que la institución no cuenta con este sistema; con respecto al mural interno y el uso de boletín o revista , se observa en las tablas 14 y 16 con un porcentaje de 37 % y 54.3 % respectivamente que consideran neutral este tipo de canal comunicativo, cabe recalcar que cuando se hizo la encuesta se pudo

observar que en el mural de la institución no todas las informaciones eran actualizadas, pero a la misma vez se apreció que algunas sí tenía información relevante, y los boletines de la misma forma. Pero lo que sin duda estuvieron de acuerdo es que las reuniones es un medio más aceptado con un 52.2 % según la tabla 15 para comunicar informaciones importantes de forma directa y el uso de mensaje de texto es una buena idea para comunicar informaciones de una manera instantánea por lo que el 34.8 % de los trabajadores del hospital Tingo María está de acuerdo con su uso según la tabla 17.

4. Finalmente se concluye que la redacción del mensaje con respecto a su relevancia, tiempo de entrega, claridad, coherencia, precisión y dirección se determina que es regular, porque nos basamos en los resultados estadísticos que indica según la tabla 19 con un 52.2 %, tabla 20 con un 56.5 % y la tabla 21 con un 50% obteniendo como resultado neutral.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al Director Ejecutivo del hospital Tingo María que, incite al personal administrativo a que puedan difundir la información institucional a todo el personal, porque todo trabajador debe recibir, conocer y entender sobre la identidad de la institución, ya que según la tabla 11 indica que el 19.6 % está en desacuerdo con respecto a la difusión de información. Así mismo se sugiere que los medios de comunicación que emplean en el establecimiento que usted dirige, sean canales que ayuden a distribuir la información rápidamente, para que de tal forma sean atendidos en menos tiempo de espera, porque se puede observar en la tabla 18 que el 15.2 % está en desacuerdo con los canales de comunicación que actualmente emplean. Se sugiere también que los mensajes deben tener una mejor composición al momento de ser redactada, debido a que el 19.6 % de los trabajadores está en desacuerdo, como lo indica la tabla 22.
2. Se recomienda al Director Ejecutivo del hospital Tingo María, que realice coordinaciones para que se puedan dar charlas de reconocimiento y buenas practicas, porque según la tabla 3 el 15.2 % de los trabajadores no reconoce los planes estratégicos, así como el 17.4 %, 13 %, 23 %, 23.9 % de los encuestados de acuerdo a la tabla 4, 5, 6, 7 no tienen claro la visión, misión, metas, valores estratégicos del hospital puntos que son importantes conocer antes de entrar a trabajar en cualquier institución, por otro lado en la tabla 8 un 23.9 % respondieron que no se usa un lenguaje inclusivo al momento de transmitir la información, el 28.3 % según las tablas 9 y 10, están en desacuerdo con respecto a la comunicación que se brinda, dicen que no se respeta la igualdad de género y diversidad cultural, por tanto la importancia de realizar charlas para tener un sentido de pertenencia ,identidad y compromiso, como también charlas de inclusión social.

3. Se recomienda también al Director Ejecutivo del hospital Tingo María que, siendo de gran importancia los canales de comunicación para la pronta difusión de información, que se tomen en cuenta las más actualizadas en este mundo de globalización tecnológica, el correo, el mural, el boletín son opciones, pero no recomendada para este mundo moderno, se sugiere poner mayor énfasis en los medios como la intranet, mensajes de texto, sistemas tecnológicos.
4. Finalmente se recomienda al Director Ejecutivo del hospital Tingo María en coordinación con los demás jefes que cuando se ordene realizar los comunicados, oficios, memorándums, informes, cartas, resoluciones, entre otros documentos, lo hagan oportunamente, para que las secretarías encargadas de la redacción, puedan tener tiempo para escribir un mensaje preciso, coherente y oportuno.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Canul J.A., & López G.E. (2023). *La comunicación interna en organizaciones educativas de nivel superior: una revisión sistemática (2012 -2022)*. Revista Panamericana de Pedagogía, (37), 54 - 71., <https://revistas.up.edu.mx/RPP/article/view/3031>.
- Esteban, M. (2024). "*Comunicación interna y clima organizacional en Automotores Mopal - sede Huánuco 2023*". Trabajo para licenciatura. Universidad de Huánuco. Repositorio de la UDH. <https://repositorio.udh.edu.pe/handle/20.500.14257/5015>.
- Gualtero, M. (2022). "*Influencia de la comunicación intera en el clima organizacional de una Institución de Educación Superior de la ciudad de Medellín - Colombia*". Tesis de grado de maestría. Instituto Tecnológico Metropolitano. Repositorio ITM.: [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.itm.edu.co/bitstream/handle/20.500.12622/5836/MariaFernanda_GualteroMira_2023.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.itm.edu.co/bitstream/handle/20.500.12622/5836/MariaFernanda_GualteroMira_2023.pdf?sequence=4&isAllowed=y).
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Neyra, B. (2023). *Análisis de la comunicación interna en entidades de salud*. Horizonte Empresarial. Enero - junio 2023. Vol 10/1, pp80-90, ISSN:23133414, <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/2474>.
- Osorio, J. S. (2023). Trabajo de licenciatura. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Repositorio UNJFSC.). "*Formas de comunicación organizacional en los trabajadores administrativos del Hospital Hidalgo Atoche Lopez del distrito de Chancay, 2022*". [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/7554/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/7554/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACION

Rojas Leon, K. (2025). *La comunicación interna en el Hospital de Tingo Maria, Provincia de Leoncio Prado, 2024* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <http://...>

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: “Comunicación interna en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024”

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODÓLOGIA
				TIPO Aplicada
				ENFOQUE Cuantitativo
				NIVEL O ALCANCE Descriptivo
				DISEÑO No experimental, transversal
				POBLACIÓN 46 trabajadores
				MUESTRA 46 trabajadores
				TÉCNICA DE RECOLECCION DE DATOS Encuesta
				INSTRUMENTO Cuestionario
<p>Problema general ¿Cómo es la comunicación interna en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024?</p> <p>Problemas específicos PE₁: ¿Cómo es la difusión de la información en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024? PE₂: ¿Cuáles son los canales de comunicación interna en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024? PE₃: ¿Cómo es el mensaje de la comunicación interna en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024?</p>	<p>Objetivo general Describir como es la comunicación interna en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024.</p> <p>Objetivos específicos OE₁: Describir como es la difusión de la información en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024. OE₂: Identificar cuáles son los canales de comunicación interna en el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024. OE₃: Describir cómo es el mensaje de la comunicación interna el hospital de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, 2024.</p>	Comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> - Difusión de la información - Canales de comunicación interna - Mensaje de la comunicación interna 	

ANEXO 2

CUESTIONARIO

Buenos días estimado colaborador, se está realizando un trabajo de investigación para evaluar la comunicación interna en el hospital de Tingo María, con fines académicos. Para lo cual pedimos su colaboración respondiendo a las siguientes preguntas marcando la opción que mejor refleje su opinión o experiencia en relación con cada ítem.

DATOS GENERALES

Indique su edad en el siguiente rango

- a. Menos de 25 años
- b. 25 – 34 años
- c. 35 – 44 años
- d. 45 – 54 años
- e. 55 años a mas

Genero

- a. Masculino
- b. Femenino

Puesto de trabajo:

- a. Medico
- b. Enfermero (a)
- c. Personal administrativo
- d. Otro (especificar)

Años de experiencia en el hospital

- a. Menos de 1 año
- b. 1 – 3 años
- c. 4 – 6 años
- d. 7 – 10 años
- e. Más de 10 años

Utilice la escala de valoración donde:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

N°	ITEM	1	2	3	4	5
Difusión de información						
1	¿La información sobre los planes estratégicos del hospital es accesible y comprensible?					
2	¿La visión del hospital es conocida y compartida por todos los trabajadores?					

3	¿La misión del hospital está clara y es comunicada y entendida por el personal?					
4	¿Las metas del hospital son claras y son comunicadas a todos los niveles?					
5	¿Los valores estratégicos del hospital son promovidos y reconocidos en el ambiente laboral?					
6	¿Se utiliza un lenguaje inclusivo en la comunicación interna del hospital?					
7	¿La comunicación refleja un enfoque intercultural que respeta la diversidad de la población atendida?					
8	¿Las comunicaciones internas abordan de manera adecuada el enfoque de género?					
Canal de comunicación interna						
9	¿El correo electrónico es un canal efectivo para la comunicación interna del hospital?					
10	¿La intranet se utiliza de manera efectiva para la divulgación de la información?					
11	¿El mural interno es utilizado para la comunicación de información relevante?					
12	¿Las reuniones son un espacio adecuado para la comunicación de información importante?					
13	¿La revista o boletín informativo del hospital proporciona información útil y relevante?					
14	¿El uso de mensaje de texto es un medio eficaz para la comunicación interna?					
Mensaje						
15	¿La información comunicada es relevante y se proporciona de manera oportuna?					
16	¿La información que se transmite es clara, completa y coherente?					
17	¿La comunicación interna es precisa, concreta y directa?					

Gracias por su colaboración

ANEXO 3

AUTORIZACION



GOBIERNO REGIONAL
HUÁNUCO

HOSPITAL
TINGO MARÍA

UNIDAD DE APOYO A LA
DOCENCIA E INVESTIGACION



“AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACION DE NUESTRA INDEPENDENCIA Y DE LA CONMEMORACION DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHIO”

Tingo María, 09 de Octubre del 2024.

CARTA DE AUTORIZACION N° 0081 - 2024-GRH-GRDS-DIRESA-HTM/UADI.

Srta.

Rojas Leon, Kely Esmeralda.

Presente.-

ASUNTO : AUTORIZACION PARA EJECUCION DE TRABAJO DE INVESTIGACION.

Por medio del presente me dirijo a usted para saludarle, el motivo de la presente es para comunicarle que mediante proveído N° 0079-2024-GRH-DRSH-HTM da viabilidad a su solicitud, por lo que la Unidad de Apoyo a la Docencia e Investigación, **AUTORIZA** la recolección de datos para Trabajo de Investigación, Titulado **“COMUNICACIÓN INTERNA EN LA UNIDAD TERRITORIAL DE ESTABLECIMIENTO DE SALUD -UE 401 LEONCIO PRADO”**.

Asimismo, deberá contar con su equipo de protección personal a la hora de ingresar a nuestro establecimiento de salud por su seguridad bajo responsabilidad; reportar sus hallazgos de recolección de datos obtenidos al término de su Investigación.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

DIRECCION REGIONAL DE SALUD HUÁNUCO
U.E. 401 HOSPITAL TINGO MARÍA HTM
Lic. Enj. Jhon Z. Garay Laurencio.
C.E. 89705
JEFE UNIDAD DE APOYO A LA DOCENCIA E INVESTIGACION



JZGL/clpc
C.c.Archivo

Reg. Doc.	05198605
Re#. Exó.	03112559

ANEXO 4

BASE DE DATOS EXCEL

COMUNICACIÓN INTERNA EN EL HOSPITAL TINGO MARIA																							
N°	DIFUSION DE INFORMACION								CANAL DE COMUNICACIÓN INTERNA								MENSAJE			Dimension 1	Dimension 2	Dimension 3	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18						
1	2	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4
2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	4	3	2
3	4	4	5	4	3	1	3	1	3	1	1	1	1	1	2	2	1	3	1	2	1	3	2
4	2	5	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
5	3	3	3	3	2	3	3	4	1	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
6	4	5	4	4	4	3	5	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4
7	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3
8	3	4	3	4	3	5	4	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4
10	3	4	4	3	2	3	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	4	4	4	1	1	1	1	1	3	1	1	4	1	4	3	1	1	2	2	1	2	2	2
12	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
13	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
14	4	2	3	4	3	1	2	3	2	3	4	5	4	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3
15	3	4	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	4	4	1

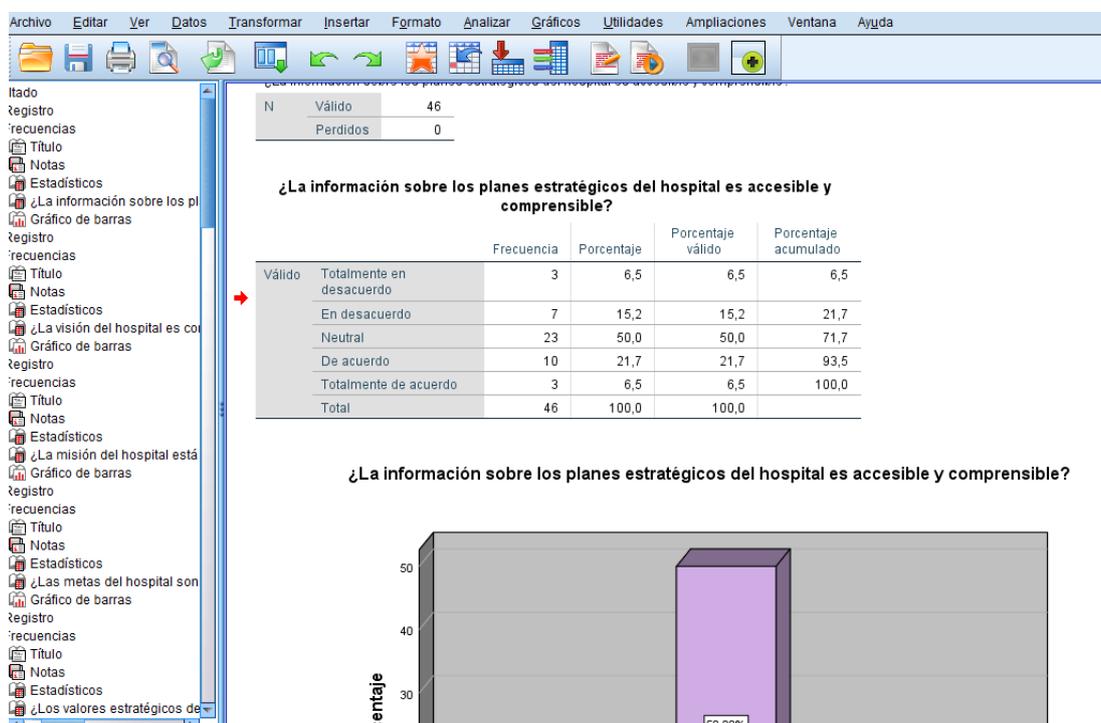
15	3	4	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	4	1
16	5	4	3	5	5	4	3	4	5	1	1	4	3	2	3	2	2	4	3	2	2	4	2
17	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
18	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2
19	3	4	4	3	2	2	2	1	2	2	2	1	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3
20	3	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3
21	4	3	3	1	1	3	3	3	1	1	1	3	1	4	3	2	4	3	2	4	3	2	3
22	3	2	4	3	3	4	3	4	5	4	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
23	3	2	5	3	1	3	4	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
24	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4
25	1	2	3	3	3	1	4	2	3	2	1	4	3	1	3	3	4	2	3	3	4	2	3
26	3	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
28	1	1	1	2	1	2	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1
29	2	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	2	3	3	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3

31	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3
32	3	4	4	3	4	3	2	2	4	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4
33	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
34	5	5	5	5	4	3	3	3	5	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4
35	5	5	5	4	4	5	5	4	4	2	3	5	5	5	2	3	2	5	4	4	2	5	2
36	4	4	4	4	3	1	1	1	4	1	4	5	4	5	2	3	3	3	4	3	3	3	3
37	3	3	3	3	2	2	2	3	2	1	1	4	3	5	2	1	1	3	3	1	1	3	1
38	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	5	4	5	3	3	3	4	4	3	3	4	3
39	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	4	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	4
40	4	4	4	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3
41	2	2	2	2	2	3	3	3	3	1	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	2	3
42	4	4	3	3	2	3	3	3	2	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	2	2	2	3	3	2	2	1	1	1	1	4	3	5	3	3	3	2	3	3	3	2	3
44	3	3	2	2	3	3	3	2	3	1	2	4	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3
45	4	4	4	2	2	3	3	2	1	1	2	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	3	3	3	2	3	3	2	2	2	1	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3

ANEXO 5

PROCESAMIENTO DE DATOS EN EL SPSS

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	N Numérico	8	0	¿La informaci...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	P2	N Numérico	8	0	¿La visión del h...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	P3	N Numérico	8	0	¿La misión del ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	P4	N Numérico	8	0	¿Las metas del ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	P5	N Numérico	8	0	¿Los valores es...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	P6	N Numérico	8	0	¿Se utiliza un l...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	P7	N Numérico	8	0	¿La comunicac...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P8	N Numérico	8	0	¿Las comunica...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P9	N Numérico	8	0	¿El correo elec...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P10	N Numérico	8	0	¿La intranet se ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P11	N Numérico	8	0	¿El mural inter...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P12	N Numérico	8	0	¿Las reuniones...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P13	N Numérico	8	0	¿La revista o b...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	P14	N Numérico	8	0	¿El uso de me...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	P15	N Numérico	8	0	¿La informaci...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	P16	N Numérico	8	0	¿La informaci...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	P17	N Numérico	8	0	¿La comunicac...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	DIMENSION1	N Numérico	8	0	Difusión de info...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	DIMENSION2	N Numérico	8	0	Canal de comu...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	DIMENSION3	N Numérico	8	0	Mensaje	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada



ANEXO 6

FOTOS DE LA ENCUESTA



