



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

Valoración de los flujos de comunicación interna en colaboradores de  
dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**AUTORES:**

Cahua Alcedo, Kimberly Gisbel (ORCID: [0000-0002-0292-1706](https://orcid.org/0000-0002-0292-1706))

Granda Alarcón, Jefferson Brayan (ORCID: [0000-0002-2930-9082](https://orcid.org/0000-0002-2930-9082))

**ASESOR:**

Mgtr. Montenegro Díaz, Denis José (ORCID: [0000-0001-7448-8051](https://orcid.org/0000-0001-7448-8051))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2021

## **DEDICATORIA**

Dedicamos este trabajo a todos nuestros familiares que, por distintos motivos, ya no se encuentran con nosotros, también, a todas las personas que nos ha brindado su apoyo en todo este proceso de formación y que han sido testigo de cada uno de nuestros tropiezos y triunfos.

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a Dios por su infinito amor, bendición y guía en todo este largo camino de formación, por darnos fortaleza, sabiduría, perseverancia y a los profesores que nos otorgaron sus conocimientos para la realización de este trabajo.

## Índice de contenidos

Carátula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variables y operacionalización	12
3.3. Población	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
3.5. Procedimientos	16
3.6. Método de análisis de datos	16
3.7. Aspectos éticos	16
IV. RESULTADOS	17
V. DISCUSIÓN	33
VI. CONCLUSIONES	39
VII. RECOMENDACIONES	41
REFERENCIAS	42
ANEXOS	

## Índice de tablas

<b>Tabla 1:</b> Datos de los validadores	14
<b>Tabla 2:</b> Tabla de rangos y magnitudes de confiabilidad	15
<b>Tabla 3:</b> Tabla de estadísticas de fiabilidad.	15
<b>Tabla 4:</b> Resumen de procesamiento de casos	17
<b>Tabla 5:</b> Descriptivos	17
<b>Tabla 6:</b> Valores extremos	18
<b>Tabla 7:</b> Pruebas de normalidad	18
<b>Tabla 8:</b> Prueba de muestras independientes	19
<b>Tabla 9:</b> Resumen de procesamiento de casos	20
<b>Tabla 10:</b> Descriptivos	20
<b>Tabla 11:</b> Valores extremos	21
<b>Tabla 12:</b> Pruebas de normalidad	21
<b>Tabla 13:</b> Estadísticas de grupo	21
<b>Tabla 14:</b> Prueba de muestras independientes	22
<b>Tabla 15:</b> Resumen de procesamiento de casos	23
<b>Tabla 16:</b> Descriptivos	24
<b>Tabla 17:</b> Valores extremos	24
<b>Tabla 18:</b> Pruebas de normalidad	25
<b>Tabla 19:</b> Estadísticas de grupo	25
<b>Tabla 20:</b> Prueba de muestras independientes	25
<b>Tabla 21:</b> Resumen de procesamiento de casos	26
<b>Tabla 22:</b> Descriptivos	27
<b>Tabla 23:</b> Valores extremos	27
<b>Tabla 24:</b> Pruebas de normalidad	28
<b>Tabla 25:</b> Estadísticas de grupo	28
<b>Tabla 26:</b> Prueba de muestras independientes	28
<b>Tabla 27:</b> Resumen de procesamiento de casos	29
<b>Tabla 28:</b> Descriptivos	29
<b>Tabla 29:</b> Valores extremos	30
<b>Tabla 30:</b> Pruebas de normalidad	31
<b>Tabla 31:</b> Estadísticas de grupo	31
<b>Tabla 32:</b> Prueba de muestras independientes	31

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito, describir los flujos de comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021. La metodología empleada fue, enfoque cuantitativo, nivel descriptivo comparativo, diseño no-experimental. Las teorías que se emplearon fueron, teoría de la comunicación organizacional y teoría de la comunicación productiva. El instrumento que se empleó fue un cuestionario de 20 preguntas y como técnica de recolección de datos, se utilizó la encuesta. La investigación concluyó que, la valoración de los flujos de comunicación interna entre los empleados de Corporation S.A.C. y Rabbit Glass S.A, funcionaron de forma distinta, viéndose reflejado en un 72,73% de los trabajadores de la primera empresa, quienes le dieron mayor valor al flujo horizontal, seguido del ascendente, el vertical y finalmente, el descendente. En cambio, en la segunda empresa, fue un 95% de los colaboradores, quienes le dieron mayor valor al flujo horizontal, seguido del vertical, el descendente y por último, el ascendente. Eso significó que, la valoración de los flujos de comunicación interna, no tiene un orden determinado, ya que, algunos flujos son mejores valorados que otros.

Palabras clave: Flujos, comunicación interna, comunicación ascendente, comunicación descendente, comunicación horizontal, comunicación vertical.

## **ABSTRACT**

The purpose of this research was to describe the internal communication flows in collaborators of two manufacturing companies in North Lima, 2021. The methodology used was a quantitative approach, comparative descriptive level, non-experimental design. The theories used were organizational communication theory and productive communication theory. The instrument used was a 20-question questionnaire and the survey was used as a data collection technique. The investigation concluded that, the assessment of the internal communication flows between the employees of Corporation S.A.C. and Rabbit Glass S.A, functioned differently, being reflected in 72.73% of the workers of the first company, who gave the highest value to the horizontal flow, followed by the ascending, the vertical and finally, the descending. On the other hand, in the second company, it was 95% of the collaborators who gave the highest value to the horizontal flow, followed by the vertical, the descending and finally the ascending. This meant that the valuation of internal communication flows does not have a specific order, since some flows are better valued than others.

**Keywords:** Flows, internal communication, ascending communication, descending communication, horizontal communication, vertical communication.

## **I. INTRODUCCIÓN**

Actualmente, la comunicación interna y sus flujos se han convertido en un problema significativo para las compañías. La inestabilidad e inseguridad que esta representa, se ve reflejada en el desempeño y poca comunicación entre sus colaboradores en general. Cabe resaltar que, los flujos de comunicación interna cumplen un papel fundamental en todas las organizaciones, estos son considerados de distintas maneras, puesto que, tiene mucho que ver con el entorno laboral y desempeño de los trabajadores. Ambas instituciones que forman parte del tema de estudio de esta investigación, poseen distintas realidades en cuanto a la comunicación que se presenta y desarrolla dentro de cada una de ellas.

En la empresa Corportation S.A.C. había una comunicación escasa, en relación al contacto verbal que tenían los trabajadores con los encargados o jefes de la organización. Esto hacía referencia al procedimiento robotizado que mostraban todos los que laboraban en dicha compañía. Asimismo, dicha organización, no contaba con un departamento de comunicaciones o área similar, eso originó que la comunicación sea natural, básica y cortante. En Rabbit Glass S.A, la situación era similar, puesto que, contaban con una comunicación precaria, donde los flujos de comunicación interna no prevalecían en su totalidad, además de, la falta de respeto, responsabilidad, entre otros puntos resaltantes que toda empresa debería considerar. La comunicación, es fundamental para el buen desarrollo de una organización, sin embargo, en esta compañía no le dieron el debido valor.

Este problema comunicacional, que perjudicaba a la empresa, partía desde los altos mandos hasta el trabajador con menos tiempo, además, tampoco contaban con un departamento de comunicaciones, ni recursos humanos, por lo que hacía mucho más difícil establecer una buena relación entre compañeros de trabajo. La comunicación interna, como problema, ha pasado a ser un gran reto profesional, puesto que, la mayoría de instituciones no cuentan con un adecuado sistema comunicativo interno. Además, no permite que los trabajadores tengan conocimiento de la cultura, reglas, costumbres y otras características de una empresa.



En esta investigación, se estudió la variable expuesta en base a los trabajadores de dos empresas de manufacturas, la empresa Corporation S.A.C. y la empresa Rabbit Glass S.A, ambas compañías se dedicaban a la producción de un producto en particular, poseían distintos públicos objetivos, de igual manera, ambas contaban con un total de cien empleados, los cuales realizaban tareas en común, con la finalidad de cumplir con los objetivos de las mismas.

Por esta razón, se formuló el siguiente problema general, ¿Cuál es la valoración de los flujos de comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021? y como problemas específicos, ¿Cuál es la valoración de la comunicación ascendente en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021?, ¿Cuál es la valoración de la comunicación descendente en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021?, ¿Cuál es la valoración de la comunicación horizontal en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021? y finalmente, ¿Cuál es la valoración de la Comunicación vertical en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021?.

La justificación teórica se fundamentó en la teoría de la Comunicación Organizacional, la cual sirvió de base fundamental para describir la valoración de los flujos de comunicación interna. Asimismo, como segundo sustento teórico, se utilizó la teoría de la Comunicación Productiva. A nivel metodológico, se empleó el enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo comparativo, ya que, los resultados presentados fueron de carácter numérico, a nivel de la variable y de las dimensiones, con la finalidad de comparar ambas empresas, de acuerdo a los flujos de comunicación interna que presentaron. A nivel práctico, esta investigación, pretendió realizar un aporte para ambas empresas y así puedan conocer la importancia que tiene la valoración de los flujos de comunicación interna en las organizaciones de hoy en día.

Por tal motivo, la finalidad de este estudio, a nivel general fue, describir los flujos de comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021 y como objetivos específicos, describir la valoración de la comunicación ascendente en colaboradores de dos empresas de manufacturas de

Lima Norte, 2021, describir la valoración de la comunicación descendente en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021, describir la valoración de la comunicación horizontal en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021 y finalmente, describir la valoración de la comunicación vertical en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021.

En esta investigación, al contar con dos poblaciones, se plantearon hipótesis, en relación a los objetivos. A nivel del objetivo general, la hipótesis afirmativa y nula fueron, existen diferencias en la valoración de los flujos de comunicación interna entre colaboradores de las dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021 y no existen diferencias en la valoración de los flujos de comunicación interna entre colaboradores de las dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021. En cuanto al primer objetivo específico, la hipótesis afirmativa y nula fueron, existen diferencias en la valoración de la comunicación ascendente entre colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021 y no existen diferencias en la valoración de la comunicación ascendente entre colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021.

A nivel del segundo objetivo específico, la hipótesis afirmativa y nula fueron, existen diferencias en la valoración de la comunicación descendente entre colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021 y no existen diferencias en la valoración de la comunicación descendente entre colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021. En relación al tercer objetivo específico, la hipótesis afirmativa y nula fueron, existen diferencias en la valoración de la comunicación horizontal entre colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021 y no existen diferencias en la valoración de la comunicación horizontal entre colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021. Por último, A nivel del cuarto objetivo específico, la hipótesis afirmativa y nula fueron, existen diferencias en la valoración de la comunicación vertical entre colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021 y no existen diferencias en la valoración de la comunicación vertical entre colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

Antón y García (2019), en su estudio, tuvieron como objetivo, identificar la comunicación interna en una organización. El enfoque utilizado fue el cuantitativo de tipo básico, de nivel descriptivo simple y de metodología mixta, con una muestra de 169 trabajadores, realizando un grupo focal de 4 usuarios. El instrumento utilizado fue la encuesta. Dicha investigación concluyó que la comunicación interna presentaba una deficiencia por lo que su estructura debió de adecuar enfoques de género, andragógico e intercultural, además de ser flexibles y cercanos.

Valverde (2019), en su investigación, tuvo como objetivo, hallar la relación de las variables de los flujos de comunicación interna e identidad corporativa el cual empleó dos cuestionarios transversales con una muestra de 60 trabajadores y docentes de dicha institución. La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo con diseño correlacional. Para la medición de la relación de ambas variables se utilizó la 'r' de Pearson. Además, existía un vínculo entre la variable flujos de comunicación interna e identidad corporativa, según los resultados obtenidos, la relación de ambas variables era alta. El 43.3% de los trabajadores indicó que en la variable flujos de comunicación interna existía un predominante tipo media o regular de dicha empresa. Por otro lado, el 58% de los trabajadores indicó que la variable identidad corporativa existe un predominante tipo media o regular. Finalmente, los flujos de comunicación interna se relacionaron con las dimensiones de la identidad corporativa, en base a ambos casos, la correlación fue positiva.

Dávila (2018), en su investigación científica, tuvo como objetivo diagnosticar la comunicación organizacional en los trabajadores Cas-15 del hospital Regional de Lambayeque. Dicha investigación fue de tipo descriptiva con un enfoque cuantitativo. Se censó alrededor de 468 trabajadores. La variable se midió a través del cuestionario que constaba de 14 ítems con escala tipo Likert de cuatro variaciones, en la cual se analizó en tres dimensiones, Comunicación ascendente, descendente y horizontal. Se concluyó que la comunicación ascendente y descendente tenían una percepción positiva, ya que, la comunicación era clara y oportuna, además, se resaltó que había confianza con el jefe y empleador, a diferencia de la comunicación horizontal que tenía una percepción negativa, ya que,

no había un buen clima laboral entre los trabajadores y no tenían una buena coordinación entre ellos.

Gutiérrez (2017), en su trabajo de investigación, tuvo como objetivo planteado identificar aquellas estrategias que permita que la comunicación interna sea contundente y así consolidar una buena cultura organizacional. El enfoque utilizado fue cuantitativo de tipo no probabilístico, la muestra utilizada fue por cada grupo de dicha organización. La técnica usada fue la entrevista y encuesta, en dicha investigación indicó que en Enseña Perú la comunicación interna era deficiente. El flujo de comunicación interna identificado fue el horizontal, ya que, como el grupo de trabajadores eran jóvenes, en su mayoría tendían a ser sociables y tenían autonomía para expresarse. Finalmente, concluyó que todas las oportunidades estaban en el desafío de poder adecuarlo a las necesidades de la empresa.

Castillo (2016), en su investigación, tuvo como objetivo determinar la comunicación interna descendente y poder establecer una correcta comunicación interna horizontal en una clínica odontológica. La técnica utilizada fue la encuesta y la población fue de 362 trabajadores, con una muestra de 284 personas. El nivel de confianza fue de 97% y margen de error de 3%. Finalmente, concluyó que la comunicación interna ascendente era muy óptima, por otro lado, la comunicación descendente estaba en práctica, ya que, usaban medios como soporte oral y perifoneo. En cuanto a la comunicación horizontal en dicha clínica odontológica, se había venido presentando de forma recurrente.

Como antecedentes internacionales; Vivas y Saavedra (2019), en su investigación, tuvieron como objetivo, medir la calidad de la gestión de la comunicación interna en los trabajadores de la institución Liceo Amelia Courbis. Con una investigación no experimental, con diseño de investigación descriptivo, transversal. Se eligió una población de 150 trabajadores, en ese caso fueron los profesores de aquella institución y la muestra fue de 75, los datos que se recolectaron fue a través de dos cuestionarios y se tuvo en cuenta los tipos de comunicación; ascendente, descendente y horizontal. Se concluyó que la buena comunicación interna debió ser primordial, ya que, generó el desarrollo de la institución, además de darles importancia a los trabajadores de mayor jerarquía.

Dávila (2018), en su investigación, tuvo como objetivo hacer un diagnóstico de la comunicación interna, donde se evaluó los componentes, procesos y flujos de la comunicación. Tuvo como base el método, técnica y verificación de documentos. Los resultados de diagnóstico indicaron que la apreciación se compartió entre el jefe y los trabajadores utilizando diferentes canales de comunicación. La finalidad de la investigación fue, fortalecer la relación y comunicación entre los trabajadores en relación a la estrategia interna. Finalmente, concluyó que la comunicación descendente tuvo como objetivo, difundir la información procedente de los directivos.

Egas y Yance (2018), en su estudio científico, tuvieron como finalidad diseñar métodos de comunicación interna, para hacer más fuerte a la identidad corporativa de la empresa de seguridad. El enfoque aplicado para esta investigación fue cuantitativo, puesto que, usaron medidas numéricas a través de herramientas estadísticas, utilizando las encuestas. El tipo de investigación que se aplicó fue exploratoria y descriptiva. Utilizaron como población a todos los trabajadores que laboraban en la empresa, entre las edades de 20 y 50 años, en total fueron 60 personas que conformaban dicha población, por lo que no consideraron necesario obtener una muestra, ya que, la cantidad utilizada era mínima y fácil de manejar. Los investigadores concluyeron que, tras las encuestas realizadas a los trabajadores de dicha empresa, se pudo identificar los defectos existentes en la comunicación interna y la necesidad de elaborar técnicas de comunicación que colaboren con el fortalecimiento de la identidad corporativa.

Cárdenas y Aguilar (2018), en su investigación, tuvieron como objetivo analizar el alcance de la comunicación interna en los estudiantes de una institución, con la finalidad de conocer lo importante que son las interacciones que fluye entre los integrantes. La metodología utilizada fue no experimental, transversal, el enfoque fue cuantitativo, por lo que se usó una encuesta con escala Likert, dirigidos a los estudiantes de cinco facultades. Además, dos cohortes del programa que fueron dirigidos a los miembros de comunicación y personal administrativo. Los resultados arrojados indicaron que presentaba un notable flujo descendente de la comunicación interna a través de los medios institucionales.

Montoya y De La Rosa (2017), en su trabajo de investigación, estudiaron la evolución de los flujos de comunicación interna, en donde tuvieron como objetivo, conocer si en la práctica de la comunicación, las organizaciones privadas de la ciudad de Tijuana, en los giros comercio, industria y servicios, habían cerrado la brecha entre el flujo descendente y los otros dos, ascendente y horizontal. Se realizó un estudio exploratorio con una muestra de 53 empresas, entre grandes y medianas. Se buscó investigar cuál había sido la conducta de los flujos de comunicación interna. Los resultados arrojaron que la comunicación vertical tenía gran privilegio en las empresas, además, hallaron una brecha que relacionaba los hábitos de comunicación ascendente y las empresas, estas distinguieron un alto porcentaje de varias actividades con la comunicación ascendente, sin embargo, los flujos de comunicación interna, eran muy bajos al momento de darle un uso adecuado. La comunicación interna se desarrolló a través de un equipo humano que necesitaba ser motivado, ya que, la cultura organizacional funcionaba correctamente.

En cuanto a las teorías relacionadas a la valoración de los flujos de comunicación interna, según Fernández (2009), la teoría de la Comunicación Organizacional fue un fenómeno natural que aconteció en las instituciones, sin importar el rubro o dimensión de la entidad. De igual manera, la consideró como una transformación o desarrollo social que fue fundamental, la comunicación en las compañías son un grupo de mensajes intercambiables entre todos los que forman parte de la misma. Los mensajes se transmiten de distintas formas y niveles, se pueden transferir a través de medios de comunicación o canales interpersonales, pueden ser verbales o no verbales, utilizando el esquema comunicativo, viajando horizontal o verticalmente en el orden jerárquico, sin importar si están en la organización o fuera de ella.

Por otro lado, Castro (2012), consideró a la comunicación organizacional como un agente primordial para que una institución funcione, es un factor y pieza esencial para sostener a la compañía. Este tipo de comunicación fue generada a raíz del intercambio de mensajes, entre rangos y posturas diferentes. Asimismo, Andrade (2005), sostuvo que, la comunicación en las organizaciones, se refiere al grupo de mensajes que circulan dentro de una empresa, donde todos son emisores y

receptores al mismo tiempo. La Comunicación Organizacional también fue considerada como un estudio que analizó el proceso de creación de la comunicación en una institución, igualmente, fue considerada como estrategia y acción que proporcionó e hizo más fácil el flujo de los mensajes que se intercambian entre el personal, la organización y las distintas personas que se encuentran alrededor.

Teniendo en cuenta los conceptos de Andrade (2005), dicho autor señaló que, la Comunicación Organizacional se divide en dos tipos de comunicación; una es la comunicación interna, en donde las acciones que se dieron entre los que conforman una compañía, son para establecer relaciones positivas entre la empresa y sus integrantes, usando distintos canales y medios comunicativos, los cuales ayudaron a recolectar información, incorporación y motivación con la finalidad de alcanzar las metas trazadas por la organización. La otra es la Comunicación externa.

Según Nosnik (2003), la teoría de la comunicación productiva, se refiere al análisis de cómo las personas se agrupan y relacionan a raíz de la circulación de información y conversaciones dentro de una institución, sumándole la retroalimentación de la misma, con la finalidad de crear y apoderarse de sus propios deseos. Asimismo, Nosnik (2013), indicó que, la teoría de la Comunicación Productiva resaltó que la comunicación puede tomarse como productiva en la compañía cuando se desenvuelve un proceso lineal, activo y beneficioso de la comunicación a través de la interacción del personal de la institución, en donde la información se proporcione claramente, además, haya conocimiento de los instrumentos de comunicación por parte de los trabajadores y se informe sobre la misión, visión y valores de la organización para su evolución.

La comunicación productiva es un concepto moderno en el cual se aplica la comunicación como un método organizacional para el intercambio y análisis de información entre las personas, asistidos por las tecnologías comunicativas que se desarrollan cada vez más. Finalmente, Nosnik (2014), alegó que, la comunicación productiva establece una inédita forma de comprender el desarrollo comunicacional, por tal motivo, sugirió realizar estudios a las gestiones de innovación y mejora de los esquemas elaborados y ocupados por las personas,

desde las observaciones del intercambio de información, emitida y recepcionada por otras personas. Del mismo modo, luego de haber explicado las teorías, se hizo la misma acción con la variable y dimensiones de esta investigación. Ongallo (2017), alegó que, la valoración de la comunicación interna surge por distintos factores en el interior de toda empresa y se pueden medir a través de sus flujos, los cuales son: comunicación ascendente, comunicación descendente, comunicación vertical y comunicación horizontal.

Ongallo (2017), sostuvo que, la comunicación ascendente hace posible que los altos mandos de una institución puedan tener una comunicación estrecha con los colaboradores, de tal manera garantiza los conocimientos, procedimientos y producción de los mismos. La comunicación ascendente permite que los trabajadores puedan expresar sus ideas, pensamientos e incomodidades, además, desarrolla un ambiente confiable para que estos puedan comunicarse abiertamente con las personas al mando. En otras palabras, la comunicación ascendente se desarrolla cuando el mensaje se dirige hacia arriba, a través de niveles jerárquicos que la compañía establece, desde los colaboradores o subordinados hasta los superiores, jefes o directores.

Ongallo (2017), consideró que, la comunicación descendente es instantánea, aquella que generalmente todas las personas, al inicio, quisieran percibir. Este flujo de comunicación interna es primordial, pues, hace que cada uno de los trabajadores de una organización pueda sentirse parte de la solución cuando acontecen problemas relacionados a la empresa, al área de trabajo o sector. La comunicación descendente tiene como finalidad emitir información de arriba hacia abajo, dependiendo el rango laboral, para que así todos los empleados puedan comprender los objetivos, la dirección y metas planteadas por la empresa. Este flujo de comunicación interna cuenta con ventajas, las cuales se relacionan a la disciplina organizacional y jerárquica, además, hace que haya mayor seguridad en cuanto al desenvolvimiento de los colaboradores, puesto que, las tareas, instrucciones y demás, proceden de las personas que tienen un nivel laboral mayor al de ellos.



Ongallo (2017), afirmó que, la comunicación horizontal es el intercambio de mensajes entre trabajadores, áreas, departamentos o sectores que se encuentran en el mismo rango o nivel organizacional. Tiene como finalidad relacionar a estas y sus trabajadores entre sí, para que mejore la conexión de los puestos funcionales. Una de sus grandes ventajas es que evita o aminora los problemas entre áreas o sectores que trabajan en un mismo proyecto, aumentando así la eficacia y producción, correspondientemente. Este flujo de comunicación interna permite que el equipo de trabajo se sienta motivado y satisfecho, laboralmente. Sin embargo, la comunicación horizontal puede resultar ser un problema para los altos mandos, puesto que, tendrían que llevar un control de la fluidez y calidad de información.

Según Vallejo y Pardo (2009), la comunicación vertical, es aquella que se da entre trabajadores que ocupan niveles jerárquicos diferentes en una empresa, se puede desarrollar desde el trabajador con mayor rango al colaborador con menor cargo, o viceversa. Es el intercambio de información mediante una organización informal, debido a que, los mensajes que se transmiten de lado a lado no tienen restricciones de niveles de emisor y receptor. Un claro ejemplo de este flujo de comunicación interna es cuando un colaborador de producción se comunica con un supervisor o gerente de la compañía.

Para Dávila y Arceluz (2017), la comunicación interna inestable en una empresa, es un problema y al no encontrarle pronta solución las consecuencias serían negativas en donde la compañía estaría en peligro. Esto se debe a que muchas organizaciones no le dieron la debida importancia al problema que representa la deficiencia en los flujos de la comunicación que se desarrolla dentro de ellas. Esto hace referencia a la débil relación que existe entre los colaboradores y los altos mandos. Riveros y Rosas (2020), expresaron que, una buena comunicación dentro de una institución, hace que los trabajadores estén motivados y consideren que la empresa los valora, de tal manera que se sientan parte del grupo de trabajo y sepan el rol importante que cumple en la organización.

Para Sánchez, et al. (2019), sostuvieron que, algunas instituciones no aplican una comunicación interna adecuada, que genere cambios o alcances objetivos. La gran mayoría de entidades no tienen conocimiento de lo importante que es establecer

una comunicación fluida y moderna, además, no cuentan con los medios tecnológicos de comunicación necesarios para adaptarse a la evolución de la comunicación. Asimismo, desconocen el efecto positivo que causarían en los trabajadores. Cárdenas y Santana (2021), afirmaron que, la comunicación interna tiene que acoplarse a las nuevas formas y medios de comunicación que existen, por lo que deben de recurrir a los avances tecnológicos y así poder alcanzar a comunicarse con todo su personal.

Según Lee y Kim (2021), a través de la comunicación interna, las organizaciones tienen el derecho de estimular al personal a contribuir con las gestiones y poder lograr recursos empresariales intangibles, provenientes de su desempeño en el trabajo. Sin embargo, son tan deficientes los flujos de comunicación interna en las organizaciones que se ve reflejada en sus empleados, quienes no se sintieron motivados a realizar un buen trabajo. El problema de la comunicación interna no sólo se ha presentado en pequeñas y medianas, sino también en grandes empresas. Para Muñiz (2017), pensar que, la comunicación interna es un lujo solo para las entidades grandes es totalmente equivocado, sobre todo en estos tiempos, en donde el resultado es impreciso. Tkalac y Pološki (2017), expresaron que, la comunicación interna cuenta con la facultad de brindar eficazmente los valores de la empresa a su personal y asociarlos con las metas establecidas como organización.

Por otro lado, Antezana (2020), sostuvo que, la finalidad de los flujos de comunicación interna en las organizaciones, es establecer una relación concisa con el personal que trabaja en ellas, donde los colaboradores escuchen y puedan ser escuchados. Por consiguiente, Men y Yue (2019), afirmaron que el intercambio de mensajes verdaderos, podrá mejorar y aminorar los posibles casos de los empleados que tengan incomodidades sobre la variación organizacional. Asimismo, Li et al. (2021), consideraron que, los descubrimientos argumentaron que la comunicación interna traslúcida y la simplificación de la incertidumbre pueden otorgar una relación de calidad entre las compañías y sus trabajadores en frente del cambio y crisis.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación

##### **Diseño de investigación:**

En esta investigación, se empleó un diseño no-experimental, puesto que, solo se alcanzó el resultado a nivel de variable y dimensiones para que se puedan describir, más no se alteraron ni manipularon. Hernández et al. (2010), alegaron que, las investigaciones no-experimentales son indagaciones que se llevan a cabo sin la alteración de las variables, además, sólo se pueden observar a los fenómenos en su hábitat para posteriormente estudiarlos.

##### **Tipo:**

El tipo de investigación desarrollada fue básica, puesto que, se sustentaron los resultados en base al marco teórico. Muntané (2010), denominó la investigación de tipo básica como una investigación pura, teórica o doctrinal, la cual las respuestas que alcancen los investigadores deben sustentarse en los conceptos que hay en su marco teórico.

#### 3.2 Variable y operacionalización

Según Grau et al. (2014), una variable, es una propiedad que puede adquirir diferentes valores en un conjunto determinado y cuya variación es susceptible de ser medida. Este estudio operacionalizó la variable “flujos de comunicación interna” de acuerdo a las cuatro dimensiones sustentadas por el experto citado en la matriz operacional de esta investigación (Ver anexo 1).

**Definición conceptual:** Ongallo (2017), sostuvo que, la valoración de la comunicación interna surge por distintos factores en el interior de toda empresa y se pueden medir a través de sus flujos, los cuales son: comunicación ascendente, comunicación descendente, comunicación vertical y comunicación horizontal.

**Definición operacional:** La presente variable se estudió de acuerdo a las cuatro dimensiones que el nombrado autor propuso.

**Indicadores:** Confianza, responsabilidad, estimulación, Información, motivación trabajo en equipo, empatía, toma de decisiones, detección de problemas y solución de problemas.

**Escala de medición:** Escala de Likert – Ordinal.

### 3.3 Población, muestra y muestreo

La población que se estudió, se denominó censal por ser universo, muestra y población, además, estuvo compuesta por 100 trabajadores de cada empresa de manufacturas como lo son Corporation S.A.C y Rabbit Glass S.A. Para Ramírez (1997), una población censal, hace referencia a aquella unidad de investigación considerada muestra. Desde ese punto, la población investigada se consideró censal al ser un universo simultáneo.

### 3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos

La técnica de esta investigación fue la encuesta. Según Alberto y Ariel (2014), en el mundo de la indagación, la encuesta hace referencia al proceso en el que las personas facilitan de forma directa la información al investigador. Por tal motivo, se incluyó a la encuesta, dentro de las estrategias de informe personal, puesto que, son las personas quienes brindan los datos necesarios. Asimismo, como instrumento de recolección de datos se aplicó un cuestionario de preguntas.

El método del coeficiente V de Aiken fue la fórmula que ayudó a determinar la validez del instrumento, luego de que este fue analizado por un grupo de 3 expertos.

**Tabla 1**

*Datos de los validadores*

Apellidos y nombres del validador	Grado académico como Magister del validador (Registrado en SUNEDU)	Experiencia profesional
Gilsa Carolina Lisboa Echeverre	Magister en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa.	Coordinadora del área de imagen de la Facultad de Ingeniería de la UCV.

Felipe Ríos Incio	Anderson	Magister en Gestión Comercial y Comunicaciones de Marketing	Asesor de Marketing y comunicación interna de Apurlec Inmobiliaria SAC
Moreno Wilder Emilio	López,	Magister en Comunicación Social	Jefe de comunicación e imagen de la escuela de post grado de la Universidad Nacional Federico Villareal.

*Fuente:* SUNEDU

Hernández et al. (2010), indicaron que, la autenticidad se enlaza con el argumento y está fusionada al nivel en el cuál, el instrumento demuestra un control en particular de contenido de lo que se calcula. Considerando lo expresado, para poder saber si la elaboración de las preguntas ha sido correcta, al instrumento se le somete a una evaluación de especialistas, quienes comparan los puntos de validez que parte de un gráfico de cálculo y genera detalles a observar si es necesario.

La calificación del instrumento en base al criterio de los 3 expertos arrojó un total de 92% en el coeficiente V de Aiken, lo cual fue altamente valorado y aprobado para aplicarse en nuestro estudio (Ver anexo 7).

Meneses (2016), definió al cuestionario, como instrumento que se emplea en la recolección de datos en algunos trabajos de enfoque cuantitativo. El cuestionario de este estudio estuvo conformado por un total de 20 preguntas. Seguidamente, dicho instrumento, fue validado por 3 especialistas en el área de Comunicación Corporativa de la carrera de Ciencias de la comunicación, además de realizar una encuesta piloto de una muestra de 10 personas de cada población, para luego emplear el Alfa de Cronbach, con el cual se respaldó la confiabilidad del cuestionario en base a la siguiente tabla de niveles de fiabilidad.

Según Hernández, et al. (2014), la confiabilidad de un instrumento y medición, se refiere al grado en que su aplicación repetida, al mismo individuo u objeto, produce resultados iguales. Por ello, como muestra de confiabilidad, se realizó una encuesta de prueba piloto a la población. Se encuestó a 10 personas de cada población, mostrando el resultado estipulado en el Alfa de Cronbach. Hernández, et al. (2014),

explicaron que, el Alfa de Cronbach, es aquel factor que se utiliza para medir qué tan confiable puede ser un instrumento para ser ejecutado en un estudio. También, se mencionó que, no existe un modelo en particular que dirija la obtención de un valor específico para averiguar si hay o no confiabilidad.

**Tabla 2**

*Tabla de rangos y magnitudes de confiabilidad.*

RANGOS	MAGNITUD
0.01% a 0,20%	Confiabilidad muy baja
0,21% a 0,40%	Confiabilidad baja
0,41% a 0,60%	Parcialmente confiable
0,61% a 0,80%	Confiable
0,81% a 1,00%	Altamente confiable

*Fuente: Hernández, et al. (2014). Metodología de la investigación. Sexta Edición.*

Obteniendo como resultado a nivel de confiabilidad de la población:

**Tabla 3**

*Tabla de estadísticas de fiabilidad.*

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,928	20

*Fuente: Elaboración en SPSS*

La muestra alcanzó un índice de 0,928; lo que indicaría una alta confiabilidad del instrumento.

### **3.5 Procedimientos**

Para el desarrollo de este estudio se realizó un cuestionario de 20 preguntas de forma virtual. Mediante este enlace, <https://forms.gle/kk1SLoDJvzs8CNCA> se pudo ingresar a dicha encuesta, inició el 07 de octubre del 2021 y culminó el 18 de octubre del mismo año, el cual fue sustentado en la matriz operacional que se avaló en el marco teórico de esta investigación.

### **3.6 Método de análisis de datos**

Una vez que se obtuvo la recolección de datos, se procedió a pasar la base de datos en el programa estadístico SPSS versión 25, en el cual se empleó un método estadístico, en donde se pudo graficar la comparativa a nivel de las dos empresas que forman parte esta investigación. Sánchez y Reinaldo (2015), consideraron que, la T de Student, principalmente se elaboró para estudiar la similitud entre dos poblaciones distintas y pequeñas de repartición normal y homogénea en sus variaciones.

### **3.7 Aspectos éticos**

Este estudio respetó el conocimiento de cada base teórica, ya que empleó las citas en APA, normativa que utilizó la escuela académica profesional con beneficencia, sin maleficencia, autonomía y justicia. Siurana (2017), definió estos cuatros principios éticos como: Beneficencia: Principio que respeta la propiedad de otros autores, mediante el reconocimiento de citas en la sustentación de un estudio. Sin maleficencia: Es no hacer daño en la obra originalidad de terceros. Autonomía: Criterio basado en la dignidad de los derechos de autor. Justicia: El premio o sanción que un investigador merece o recibe en base a sus actitudes. Asimismo, esta investigación, contó con la aprobación de tres maestros en la rama de las ciencias de la comunicación, los cuales validaron el instrumento de este estudio. Finalmente, para corroborar la originalidad del presente texto, se presentó el reporte de Turnitin (Ver anexo 18).

#### IV. RESULTADOS

El objetivo general del este estudio fue, describir la valoración de los flujos de comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021. Mediante la prueba estadística de T de Student, a nivel del objetivo general, se alcanzó lo siguiente:

**Tabla 4**

*Resumen de procesamiento de casos*

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Flujos de comunicación interna	200	100,0%	0	0,0%	200	100,0%

*Fuente: Elaboración en SPSS*

**Tabla 5**

*Descriptivos*

		Estadístico	Desv. Error	
Flujos de comunicación interna	Media	4,01	,048	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	3,91	
		Límite superior	4,10	
	Media recortada al 5%	4,04		
	Mediana	4,00		
	Varianza	,467		
	Desv. Desviación	,684		
	Mínimo	2		
	Máximo	5		
	Rango	3		
	Rango intercuartil	0		
	Asimetría	-,674	,172	
	Curtosis	1,172	,342	

*Fuente: Elaboración en SPSS*



**Tabla 6**

Valores extremos

		Número del caso		Valor
Flujos de comunicación interna	Mayor	1	2	5
		2	11	5
		3	15	5
		4	16	5
		5	18	5 <sup>a</sup>
	Menor	1	126	2
		2	80	2
		3	75	2
		4	68	2
		5	58	2 <sup>b</sup>

*Fuente: Elaboración en SPSS*

a. Sólo se muestra una lista parcial de casos con el valor 5 en la tabla de extremos superiores.

b. Sólo se muestra una lista parcial de casos con el valor 2 en la tabla de extremos inferiores.

**Tabla 7***Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Flujos de comunicación interna	,337	200	,000	,776	200	,000

*Fuente: Elaboración en SPSS*

a. Corrección de significación de Lilliefors  
*Estadísticas de grupo*

	EMPR	ESA	N	Me	Des	Desv. Error
				viac	ión	prom edio
Flujos de comunicación interna	CORP	100	3,8	,77	,077	
	ORATI		4	5		
	ON					
	S.A.C					
	RABBI	100	4,1	,53	,053	
	T		7	3		

Fuente: Elaboración en SPSS

**Tabla 8**

Prueba de muestras independientes

		Prueba de Levene de igualdad de varianzas					prueba t para la igualdad de medias				
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia		
									Inferior	Superior	
Flujos de comunicación interna	Se asume varianzas iguales	9,089	,003	-3,509	198	,001	-,330	,094	-,515	-,145	
	No se asume varianzas iguales			-3,509	175,523	,001	-,330	,094	-,516	-,144	

Fuente: Elaboración en SPSS

**Interpretación:**

De la presente tabla, se pudo apreciar que el nivel de significancia bilateral es  $p=0,001$ ; en relación a la variable flujos de comunicación interna. Esto quiere decir, que al ser un valor inferior a  $p=0,05$  las medias eran diferentes. Por lo tanto, se rechazó la hipótesis nula y se aprobó la hipótesis afirmativa, la cual indicó que existen diferencias en la valoración de los flujos de comunicación interna entre colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021. Los flujos

de comunicación interna, en la empresa Corporation S.A.C, funcionaron de forma distinta a como se presentaron en la empresa Rabbit Glass S.A. Esto se reflejó en un 72.73% del total de trabajadores de Corporation S.A.C, que valoraron a los flujos de comunicación interna, respecto a la comunicación horizontal (70%), ascendente (63%), vertical (62.62%) y descendente (60%), a comparación de como se presentaron en la empresa Rabbit Glass S.A, los cuales; un 95% del total de colaboradores de la misma, reflejaron la valoración de los flujos de comunicación interna, de la siguiente manera, horizontal (90%), vertical (86%), descendente (81%) y ascendente (77%). Esto significó que la valoración de los flujos de comunicación interna, se presentaron de forma diferente en ambas empresas, porque no hubo un orden determinado y algunos flujos fueron mejor valorados que otros.

En cuanto a los objetivos específicos, el primero de esta investigación fue, describir la valoración de la comunicación ascendente en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021. Mediante la prueba estadística de T de Student, a nivel del primer objetivo específico, se alcanzó lo siguiente:

**Tabla 9**

*Resumen de procesamiento de casos*

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Comunicación ascendente	200	100,0%	0	0,0%	200	100,0%

*Fuente: Elaboración en SPSS*

**Tabla 10**

*Descriptivos*

		Estadístico	Desv. Error
Comunicación ascendente	Media	3,78	,062
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	3,66
		Límite superior	3,90
		Media recortada al 5%	3,83
	Mediana	4,00	
Varianza	,765		
Desv. Desviación	,875		

Mínimo	1
Máximo	5
Rango	4
Rango intercuartil	1
Asimetría	-,738 ,172
Curtosis	,628 ,342

Fuente: Elaboración en SPSS

**Tabla 11**  
*Valores extremos*

		Número del caso		Valor
Comunicación ascendente	Mayor	1	2	5
		2	9	5
		3	10	5
		4	11	5
		5	14	5 <sup>a</sup>
	Menor	1	75	1
		2	68	1
		3	58	1
		4	123	2
		5	122	2 <sup>b</sup>

Fuente: Elaboración en SPSS

a. Sólo se muestra una lista parcial de casos con el valor 5 en la tabla de extremos superiores.

b. Sólo se muestra una lista parcial de casos con el valor 2 en la tabla de extremos inferiores.

**Tabla 12**  
*Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación ascendente	,299	200	,000	,848	200	,000

Fuente: Elaboración en SPSS

a. Corrección de significación de Lilliefors



No se	-	172,0	,023	-,280	,122	-,522	-,038
asume	2,2	14					
n	87						
varian							
zas							
iguales							

*Fuente: Elaboración en SPSS*

### **Interpretación:**

De la presente tabla, se pudo apreciar que el nivel de significancia bilateral es  $p=0,023$ ; respecto a la dimensión comunicación ascendente a nivel de ambas compañías. Esto significó, que al ser un valor inferior a  $p=0,05$  las medias no eran iguales. Por lo tanto, se rechazó la hipótesis nula y se aprobó la hipótesis afirmativa, la cual indicó que existen diferencias en la valoración de la comunicación ascendente entre colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021. En Corporation S.A.C, la valoración de la comunicación ascendente, por parte de sus empleados, fue regular. Esto se vio reflejado en un 63% de la población, que se sintieron en confianza para tener una buena comunicación con los superiores y un 37% de la misma que no. A comparación de Rabbit Glass S.A, donde la valoración de la comunicación ascendente, por parte de las personas que trabajaban ahí, fue mayoritaria, reflejado en un 77% del total. Esto significó que, parte de los trabajadores, poseían confianza y mostraron responsabilidad en sus labores, por eso al momento de comunicarse con los altos mandos de la empresa, no tuvieron problema alguno.

El segundo objetivo específico de esta investigación fue, describir la valoración de la comunicación descendente en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021. Mediante la prueba estadística de T de Student, a nivel del segundo objetivo específico, se alcanzó lo siguiente:

### **Tabla 15**

*Resumen de procesamiento de casos*

Casos		
Válido	Perdidos	Total

	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Comunicación descendente	200	100,0%	0	0,0%	200	100,0%

Fuente: Elaboración en SPSS

**Tabla 16**  
*Descriptivos*

		Estadístico	Desv. Error
Comunicación descendente	Media	3,78	,059
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	3,66
		Límite superior	3,90
	Media recortada al 5%	3,82	
	Mediana	4,00	
	Varianza	,705	
	Desv. Desviación	,840	
	Mínimo	1	
	Máximo	5	
	Rango	4	
	Rango intercuartil	1	
	Asimetría	-,697	,172
	Curtosis	,592	,342

Fuente: Elaboración en SPSS

**Tabla 17**  
*Valores extremos*

		Número del caso	Valor	
Comunicación descendente	Mayor	1	9	5
		2	15	5
		3	16	5
		4	18	5
		5	19	5 <sup>a</sup>
	Menor	1	75	1
		2	68	1
		3	126	2
		4	121	2
		5	80	2 <sup>b</sup>

Fuente: Elaboración en SPSS

a. Sólo se muestra una lista parcial de casos con el valor 5 en la tabla de extremos superiores.

b. Sólo se muestra una lista parcial de casos con el valor 2 en la tabla de extremos inferiores.

**Tabla 18**

*Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación descendente	,308	200	,000	,842	200	,000

Fuente: Elaboración en SPSS

a. Corrección de significación de Lilliefors

**Tabla 19**

*Estadísticas de grupo*

	EMPRESA	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
Comunicación descendente	CORPORATION S.A.C	100	3,61	,973	,097
	RABBIT GLASS	100	3,95	,642	,064

**Tabla 20**

*Prueba de muestras independientes*

		Prueba de Levene de igualdad de varianzas				prueba t para la igualdad de medias				
		F	Sig.	t	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
									Inferior	Superior
Comunicación descendente	Se asume varianzas iguales	30,841	,000	-2,917	198	,004	-,340	,117	-,570	-,110



No se asumen varianzas iguales	- 171,366	,004	-,340	,117	-,570	-,110
--------------------------------	-----------	------	-------	------	-------	-------

Fuente: Elaboración en SPSS

### Interpretación:

De la presente tabla, se pudo apreciar que el nivel de significancia bilateral es  $p=0,004$ ; respecto a la dimensión comunicación descendente a nivel de ambas compañías. Esto significó, que al ser un valor inferior a  $p=0,05$  las medias no eran iguales. Por lo tanto, se rechazó la hipótesis nula y se aprobó la hipótesis afirmativa, la cual indicó que existen diferencias en la valoración de la comunicación descendente entre colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021. La diferencia con respecto a Corporation S.A.C. y Rabbit Glass S.A es que, en la primera compañía, la valoración a la comunicación descendente ha sido regular, reflejado en un 60% de los empleados que no tendrían inconvenientes si los trabajadores de mayor jerarquía laboral, se intentan comunicar con ellos, ya sea para capacitarlos, brindarles información y más. A comparación de la segunda institución, en la cual, más de la mitad del total de trabajadores, valoraron la comunicación descendente, reflejándose en un 81% de ellos. Esto quiere decir que, la mayoría de las personas que laboraban en ambas empresas, se encontraban capacitadas, con la información necesaria para desempeñarse correctamente en sus puestos de trabajo, debido a que, los superiores no tenían inconvenientes para poder dirigirse hacia ellos.

El tercer objetivo específico de esta investigación fue, describir la valoración de la comunicación horizontal en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021. Mediante la prueba estadística de T de Student, a nivel del segundo objetivo específico, se alcanzó lo siguiente:

**Tabla 21**

*Resumen de procesamiento de casos*

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Comunicación horizontal	200	100,0%	0	0,0%	200	100,0%

Fuente: Elaboración en SPSS

**Tabla 22**

*Descriptivos*

		Estadístico	Desv. Error	
Comunicación horizontal	Media	3,95	,059	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	3,83	
		Límite superior	4,07	
	Media recortada al 5%	4,02		
	Mediana	4,00		
	Varianza	,701		
	Desv. Desviación	,837		
	Mínimo	1		
	Máximo	5		
	Rango	4		
	Rango intercuartil	0		
	Asimetría	-1,047	,172	
	Curtosis	1,694	,342	

Fuente: Elaboración en SPSS

**Tabla 23**

*Valores extremos*

			Número del caso	Valor
Comunicación horizontal	Mayor	1	2	5
		2	3	5
		3	11	5
		4	15	5
		5	16	5 <sup>a</sup>
	Menor	1	77	1
		2	75	1
		3	68	1
		4	126	2
		5	123	2 <sup>b</sup>

Fuente: Elaboración en SPSS

a. Sólo se muestra una lista parcial de casos con el valor 5 en la tabla de extremos superiores.

b. Sólo se muestra una lista parcial de casos con el valor 2 en la tabla de extremos inferiores.

**Tabla 24**

*Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación horizontal	,324	200	,000	,803	200	,000

Fuente: Elaboración en SPSS

a. Corrección de significación de Lilliefors

**Tabla 25**

*Estadísticas de grupo*

	EMPRESA	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
Comunicación horizontal	CORPORATION S.A.C	100	3,75	,957	,096
	RABBIT GLASS	100	4,15	,642	,064

**Tabla 26**

*Prueba de muestras independientes*

		Prueba de Levene de igualdad de varianzas				prueba t para la igualdad de medias				
		F	Sig.			Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
				t	gl				Inferior	Superior
Comunicación horizontal	Se asume varianzas iguales	12,724	,000	-3,471	198	,001	-,400	,115	-,627	-,173

No se asumen varianzas iguales	-	172,9	,001	-,400	,115	-,627	-,173
	3,4	90					
	71						

Fuente: Elaboración en SPSS

### Interpretación:

De la presente tabla, se pudo apreciar que el nivel de significancia bilateral es  $p=0,001$ ; respecto a la dimensión comunicación horizontal a nivel de ambas compañías. Esto significó, que al ser un valor inferior a  $p=0,05$  las medias no eran iguales. Por lo tanto, se rechazó la hipótesis nula y se aprobó la hipótesis afirmativa, la cual indicó que existen diferencias en la valoración de la comunicación horizontal entre colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021. La diferencia que existió en relación a la valoración de la comunicación horizontal, fue que, en Corporation S.A.C, gran parte del personal se sintió identificada con este tipo de comunicación, reflejándose en un 70% del total. Por otro lado, el 90% de los empleados de Rabbit Glass S.A, manifestaron una alta valoración, respecto a dicho flujo, siendo así, el tipo de comunicación más valorado, en dicha empresa. Esto significó que, ambas organizaciones contaban con una buena comunicación horizontal, es decir, existía una buena relación entre compañeros de la misma jerarquía o puesto laboral, en donde mostraron, empatía y motivación, lo cual hizo mucho más fácil el trabajo en equipo.

El cuarto objetivo específico de esta investigación fue, describir la valoración de la comunicación vertical en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021. Mediante la prueba estadística de T de Student, a nivel del segundo objetivo específico, se alcanzó lo siguiente:

**Tabla 27**

*Resumen de procesamiento de casos*

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Comunicación vertical	200	100,0%	0	0,0%	200	100,0%

Fuente: Elaboración en SPSS

**Tabla 28**  
*Descriptivos*

		Estadístico	Desv. Error	
Comunicación vertical	Media	3,83	,059	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	3,71	
		Límite superior	3,94	
	Media recortada al 5%	3,87		
	Mediana	4,00		
	Varianza	,698		
	Desv. Desviación	,835		
	Mínimo	1		
	Máximo	5		
	Rango	4		
	Rango intercuartil	1		
	Asimetría	-,810	,172	
	Curtosis	,848	,342	

*Fuente: Elaboración en SPSS*

**Tabla 29**  
*Valores extremos*

		Número del caso		Valor
Comunicación vertical	Mayor	1	2	5
		2	3	5
		3	5	5
		4	6	5
		5	8	5 <sup>a</sup>
	Menor	1	58	1
		2	9	1
		3	130	2
		4	125	2
		5	123	2 <sup>b</sup>

*Fuente: Elaboración en SPSS*

- Sólo se muestra una lista parcial de casos con el valor 5 en la tabla de extremos superiores.
- Sólo se muestra una lista parcial de casos con el valor 2 en la tabla de extremos inferiores.

**Tabla 30***Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación vertical	,323	200	,000	,827	200	,000

*Fuente: Elaboración en SPSS*

a. Corrección de significación de Lilliefors

**Tabla 31***Estadísticas de grupo*

	EMPRESA	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
Comunicación vertical	CORPORATION S.A.C	100	3,65	,947	,095
	RABBIT GLASS	100	4,00	,667	,067

**Tabla 32***Prueba de muestras independientes*

		Prueba de Levene de igualdad de varianzas				prueba t para la igualdad de medias				
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
									Inferior	Superior
Comunicación vertical	Se asume varianzas iguales	28,36	,000	-3,023	198	,003	-,350	,116	-,578	-,122

No se asume n varian zas iguales	- 177,7 3,0 96 23	,003	-,350	,116	-,579	-,121
---	----------------------------	------	-------	------	-------	-------

*Fuente: Elaboración en SPSS*

**Interpretación:**

De la presente tabla, se pudo apreciar que el nivel de significancia bilateral fue  $p=0,003$ ; respecto a la dimensión comunicación vertical a nivel de ambas compañías. Esto significó, que al ser un valor inferior a  $p=0,05$  las medias no eran iguales. Por lo tanto, se rechazó la hipótesis nula y se aprobó la hipótesis afirmativa, la cual indicó que existían diferencias en la valoración de la comunicación vertical entre colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021. La valoración de la comunicación vertical, en Corporation S.A.C se vio reflejada en un 62.62% de la población, porque parte de los empleados, consideraron que pueden comunicarse con sus superiores para dar sugerencias, con el fin de tomar acción ante cualquier inconveniente que afecte a la empresa. En comparación con Rabbit Glass S.A, en donde un 86% del total de empleados, presentaron una alta valoración en relación a la comunicación vertical. Esto quiere decir que, en las dos empresas, las opiniones de los colaboradores fueron tomadas en cuenta, ya sea para la toma de decisiones, detección de problemas y soluciones, correspondientemente, haciendo referencia a un ambiente laboral muy bueno.

## V. DISCUSIÓN

Según el objetivo general en nuestra investigación se planteó describir los flujos de comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021. En base a los flujos de comunicación interna, los cuales son comunicación ascendente, descendente, vertical y horizontal. Respecto a la valoración de la comunicación interna, nuestra investigación se fundamentó en Ongallo (2017) quien alegó que la valoración de la comunicación interna surge por distintos factores en el interior de toda empresa y se pueden medir a través de sus flujos, los cuales son, comunicación ascendente, comunicación descendente, comunicación vertical y comunicación horizontal. Este objetivo, coincidió con Valverde (2019), quien se fundamentó en Orjuela (2015), que indicó que la valoración de los flujos de comunicación interna empieza desde el esquema de una organización, considerando los puestos y departamentos existentes dentro de ella.

A nivel de resultado general, nuestra investigación obtuvo que los flujos de comunicación interna, en la empresa Corporation S.A.C, funcionaban de forma distinta a como se presentan en la empresa Rabbit Glass S.A. Esto se reflejó en un 72.73% del total de trabajadores de Corporation S.A.C, que valoró a los flujos de comunicación interna, respecto a la comunicación horizontal (70%), ascendente (63%), vertical (62.62%) y descendente (60%), a comparación de como se presentaron en la empresa Rabbit Glass S.A, los cuales; un 95% del total de colaboradores de la misma, reflejaron la valoración de los flujos de comunicación interna, de la siguiente manera, horizontal (90%), vertical (86%), descendente (81%) y ascendente (77%). Esto significó que la valoración de los flujos de comunicación interna, se presentaron de forma diferente en ambas empresas, porque no hay un orden determinado y algunos flujos son mejor valorados que otros. En discrepancia con Valverde (2019), quien en su resultado general, describió que, un 30% del total de trabajadores de la I.E.P. "El Nazareno", presentó una eficiente valoración de los flujos de comunicación interna, un 48%, mostró una valoración media de dicho flujo y un 22%, una valoración baja; esto se vio reflejado en los promedios de valoración, destacando que dicha población, presentó una alta tendencia respecto a la comunicación ascendente (40%), porque estos



trabajadores se sintieron en confianza para informar al detalle las tareas y problemas internos de la empresa, a sus empleadores; seguido de la comunicación horizontal (36%), porque los trabajadores desempeñaron sus labores con empatía, motivación y trabajo en equipo, entre ellos mismos, por ser del mismo cargo; de igual manera con la comunicación descendente (35%), porque los jefes estimularon e informaron al detalle las tareas y demás funciones que la institución había determinado ejecutar, que debieron conocer los miembros de menos rango. Finalmente, a nivel de la comunicación vertical (18%), porque muy pocos consideraron que, la comunicación pudo darse de manera abierta a la hora de tomar decisiones y proponer ideas en favor de la compañía. Esto se discrepó con Montoya y De La Rosa (2017), quienes en su investigación obtuvieron que, en las empresas que estudiaron, el flujo de comunicación interna que más tendencia presentó en sus trabajadores fue la comunicación vertical, seguido de la descendente, la horizontal y finalmente, la ascendente; porque los colaboradores afirmaron sentirse en mayor confianza al momento de desarrollar sus funciones entre miembros de distintos rangos, ya que, notaron que en dicho flujo existía mayor libertad para tomar decisión y emitir respuestas en favor de las compañías a las que representaban.

A nivel del primer objetivo específico, nuestro estudio se fundamentó en Ongallo (2017) quien sostuvo que la comunicación ascendente hace posible que los altos mandos de una institución puedan tener una comunicación estrecha con los colaboradores, de tal manera garantiza los conocimientos, procedimientos y producción de los mismos. Esta coincidió con Dávila (2018), quien se fundamentó en Flórez (2012) que aseveró que, la comunicación ascendente es aquella que se da, desde los rangos inferiores hasta los superiores con la finalidad de brindar información a los jefes de la organización, acerca de los aciertos y desaciertos de la misma.

A nivel de resultado del primer objetivo específico, en nuestra investigación se obtuvo que, en Corporation S.A.C, la valoración de la comunicación ascendente, por parte de sus empleados, fue regular. Esto se vio reflejado en un 63% de la población, que se sintieron en confianza para tener una buena comunicación con

los superiores y un 37% de la misma que no. A comparación de Rabbit Glass S.A, donde la valoración de la comunicación ascendente, por parte de las personas que trabajan ahí, fue mayoritaria, reflejado en un 77% del total. Esto significó que, parte de los trabajadores, poseían confianza y mostraron responsabilidad en sus labores, por eso al momento de comunicarse con los altos mandos de la empresa, no tuvieron problema alguno. Este resultado se discrepó con Dávila (2018), que en su investigación describió que, un 52.14% del total de los trabajadores CAS-15, aseveraron no sentirse en la confianza y libertad para comunicarse con los jefes de su área de trabajo, porque al tener un contrato temporal, no se sentían identificados con la empresa, a comparación de aquellos elementos que si se encontraban en planilla y tenían más tiempo de actividad en dicha organización.

A nivel del segundo objetivo específico, nuestra investigación se fundamentó en Ongallo (2017) consideró que la comunicación descendente es instantánea, aquella que generalmente todas las personas, al inicio, quisieran percibir. Este flujo de comunicación interna es el primordial, pues, hace que cada uno de los trabajadores de una organización pueda sentirse parte de la solución cuando acontecen problemas relacionados a la empresa, al área de trabajo o sector. Esta dimensión coincidió Castillo (2016), el cual se fundamentó en Cervera (2006), quien sustentó que, este flujo de comunicación interna, se dio desde los rangos más altos hasta los rangos de menor jerarquía, y su objetivo fue que cada colaborador se mantenga informado de los detalles que puedan ocurrir dentro de la compañía.

A nivel de resultado del segundo objetivo específico, nuestro estudio obtuvo que, la diferencia con respecto a Corporation S.A.C. y Rabbit Glass S.A es que, en la primera compañía, la valoración a la comunicación descendente ha sido regular, reflejado en un 60% de los empleados que no tuvieron inconvenientes si los trabajadores de mayor jerarquía laboral, se intentaban comunicar con ellos, ya sea para capacitarlos, brindarles información y más. A comparación de la segunda institución, en la cual, más de la mitad del total de trabajadores, valoraron la comunicación descendente, reflejándose en un 81% de ellos. Esto quiere decir que, la mayoría de las personas que laboraban en ambas empresas, se encontraban capacitados, con la información necesaria para desempeñarse correctamente en

sus puestos de trabajo, debido a que, los superiores no tenían inconvenientes para poder dirigirse hacia los subordinados. En discrepancia con Castillo (2016) en relación al flujo de la comunicación descendente, en su estudio obtuvo que, la comunicación que se daba de jefes a subordinados, presentó una baja valoración en dicho contexto por parte de la mayoría de sus miembros, puesto que, los altos mandos no estimularon, tampoco informaron, ni emitieron instrucciones detalladas a sus empleados para que estos pudieran recepcionar de manera asertiva, cada dato emitido y así cumplir satisfactoriamente sus funciones en dicha institución.

A nivel del tercer objetivo específico, nuestro estudio se fundamentó en Ongallo (2017) quien afirmó que la comunicación horizontal es el intercambio de mensajes entre trabajadores, áreas, departamentos o sectores que se encuentran en el mismo rango o nivel organizacional. Esta dimensión coincidió con Montoya y De La Rosa (2017), quienes se fundamentaron en Lucas (2013), que definió a esta dimensión como aquella comunicación que se da entre dos personas pertenecientes a una misma jerarquía en una empresa, y la finalidad de esta es que ambas partes dominen el mismo lenguaje y conozcan cada una de las estructuras del área de trabajo en donde se desempeñan.

A nivel de resultados del tercer objetivo específico, nuestro estudio obtuvo que, la diferencia que existe en relación a la valoración de la comunicación horizontal, es que, en Corporation S.A.C, gran parte del personal se sintió identificada con este tipo de comunicación, reflejándose en un 70% del total. Por otro lado, el 90% de los empleados de Rabbit Glass S.A, manifestaron una alta valoración, respecto a dicho flujo, siendo así, el tipo de comunicación más valorado, en dicha empresa. Esto significó que, ambas organizaciones contaron con una buena comunicación horizontal, es decir, existió una buena relación entre compañeros de la misma jerarquía o puesto laboral, en donde mostraron, empatía y motivación, lo cual hizo mucho más fácil el trabajo en equipo.

Esto se discrepó con Montoya y De La Rosa (2017), quienes en su investigación obtuvieron que, la mayoría de los empleados de las Organizaciones Privadas de Tijuana, presentaron una baja valoración de la comunicación horizontal, puesto

que, muchos no estaban acostumbrados a trabajar con personas del sexo opuesto, y eso se vio reflejado en la minoría de empleados del mismo rango, que pertenecían a un mismo sexo, además, se observó que ese grupo menor, se interrelacionó sin ningún inconveniente, al momento de realizar sus labores.

A nivel del cuarto objetivo específico, nuestro estudio se fundamentó en Vallejo y Pardo (2009) quienes alegaron que, la comunicación vertical es aquella que se da entre trabajadores que ocupan niveles jerárquicos diferentes en una empresa, se puede desarrollar desde el trabajador con mayor rango al colaborador con menor cargo o viceversa. Esta dimensión coincidió con Cárdenas y Aguilar (2018), quienes se fundamentaron en Cabra (2008) que definió a esta dimensión como el flujo de comunicación interna que permitió la interacción entre personas que pertenezcan a un mismo círculo, organización y similares, donde uno pueda expresar y resaltar su opinión respecto al otro y viceversa, sin importar el nivel jerárquico, con la finalidad de tomar una decisión.

A nivel de resultado del cuarto objetivo específico, nuestra investigación obtuvo que, la valoración de la comunicación vertical, en Corporation S.A.C se vio reflejada en un 62.62% de la población, porque parte de los empleados, consideraron que pueden comunicarse con sus superiores para dar sugerencias, con el fin de tomar acción ante cualquier inconveniente que afecte a la empresa. En comparación con Rabbit Glass S.A, en donde un 86% del total de empleados, presentaron una alta valoración en relación a la comunicación vertical. Esto quiere decir que, en las dos empresas, las opiniones de los colaboradores fueron tomadas en cuenta, ya sea para la toma de decisiones, detección de problemas y soluciones, correspondientemente, haciendo referencia a un ambiente laboral muy bueno.

Esto se discrepó con Valverde (2019), quien obtuvo como resultado en su realidad problemática que, un 35% del total de trabajadores de la I.E.P. "El Nazareno", valoró altamente al flujo de la comunicación vertical, puesto que, este grupo de personas afirmó, sentirse en confianza de expresar sus ideas para la toma de decisiones en favor de la enseñanza en la Institución Educativa, a comparación de un 45% del total, que aseveró, no sentirse en ese mismo clímax de confianza,

puesto que, tenían menor tiempo laborando en la entidad y un 20% que valoró a este flujo, de manera deficiente, porque, además de tener poco tiempo de actividad en el plantel, afirmaron tener poca experiencia como profesores en una institución particular.

## VI. CONCLUSIONES

**Primera.** Se concluyó que, a nivel de objetivo general, los flujos de comunicación interna, en la empresa Corporation S.A.C, funcionaron de forma distinta a como se presentaron en la empresa Rabbit Glass S.A, porque en la primera empresa, le dio mayor valor a la comunicación horizontal, seguida de la ascendente, la vertical y finalmente, la descendente, a comparación de la otra empresa, donde valoraron más a la comunicación horizontal, seguida de la vertical, la descendente y finalmente, la ascendente.

**Segunda.** Se concluyó que, a nivel del primero objetivo específico en Corporation S.A.C, la valoración a la comunicación ascendente fue regular, porque más de la mitad del total de trabajadores se sentían en confianza para comunicarse con los supervisores o jefes; a comparación de Rabbit Glass S.A, el flujo fue altamente valorado por la mayoría de colaboradores que, no tuvieron problema para poder comunicarse con sus superiores.

**Tercera.** Se concluyó que, a nivel del segundo objetivo específico en Corporation S.A.C, el flujo comunicación descendente fue regularmente valorado por los empleados, ya que, poco más de la mitad, no mostraron inconvenientes cuando los altos mandos se comunicaron con ellos. A comparación de Rabbit Glass, en donde más de la mayoría de trabajadores, valoraron al flujo descendente. Esto significó que, en ambas empresas, cuando los empleadores se dirigieron a los subordinados, estos prestaron atención a la información que recepcionaban.

**Cuarta.** Se concluyó que, a nivel del tercer objetivo específico en Corporation S.A.C, cerca del total de trabajadores, se sintió identificado con el flujo comunicación horizontal. Por otro lado casi todos los empleados de Rabbit Glass S.A, manifestaron una alta valoración, respecto a dicho

flujo. Esto significó que, en ambas organizaciones, contaron con una buena relación entre compañeros de la misma jerarquía o puesto laboral, en donde mostró empatía y motivación, lo cual hizo mucho más fácil el trabajo en equipo.

**Quinta.** Se concluyó que, a nivel del cuarto objetivo específico en Corporation S.A.C, la valoración de la comunicación vertical, se vio reflejada en más de la mitad de la población, porque parte de los empleados, consideraron que podían dialogar con sus superiores para dar sugerencias, con el fin de tomar acciones ante cualquier inconveniente que afecte a la misma; en comparación con Rabbit Glass S.A, en donde un cerca del total de empleados, presentaron una alta valoración en relación al mismo flujo, con lo que se pudo saber que en las dos empresas, las opiniones de los colaboradores son tomadas en cuenta, ya sea para la toma de decisiones, detección de problemas y soluciones, correspondientemente.

## VII. RECOMENDACIONES

**Primera.** Se recomienda a la empresa Corporation S.A.C. a reforzar su flujo de comunicación descendente, realizando capacitaciones, con el fin de estimular y mejorar la manera en la que se informa al detalle las tareas a realizar. Por otro lado, se recomienda a la empresa Rabbit Glass S.A, a reforzar el flujo de comunicación ascendente, generando un ambiente de mayor confianza y responsabilidad por parte de los empleados.

**Segunda.** Se recomienda a la empresa Corporation S.A.C. a realizar acciones que generen confianza en sus colaboradores, como por ejemplo, otorgarles labores que impliquen mucha responsabilidad. Asimismo, para Rabbit Glass, se recomienda poner un poco más de énfasis en esas acciones que hacen que sus trabajadores sean responsables y sientan la confianza que la empresa les brinda.

**Tercera.** Se recomienda a ambas empresas a seguir en contacto con sus trabajadores, dándole una mayor valoración al flujo comunicación descendente, de tal manera que se logre que, el total de sus trabajadores puedan percibir la información y estimulación para que puedan desempeñarse mucho mejor en sus labores diarias.

**Cuarta.** Se recomienda a ambas empresas, tanto a Corporation S.A.C, como a Rabbit Glass, a utilizar nuevas estrategias, con la finalidad de que esa alta valoración al flujo comunicación horizontal, se mantenga y a su vez puedan valorar el flujo comunicación vertical, puesto que, será más conveniente para dichas organizaciones que todos sus colaboradores puedan comunicarse entre ellos.

**Quinta.** Se recomienda a las empresas; Corporation S.A.C. y Rabbit Glass, a elaborar nuevos sistemas de comunicación, dándole mayor valor al flujo comunicación vertical. Esto se verá reflejado cuando todos participen, detectando problemas que afecten a las instituciones, participando en la toma de decisiones para una mejora y buscando y proponiendo soluciones para los inconvenientes que puedan surgir en futuro.



## REFERENCIAS

- Andrade, H. (2005). Comunicación organizacional interna: Proceso, disciplina y técnica. *Netbiblo*.  
<https://books.google.com.co/books?id=bwelcBnPNuoC&printsec>
- Antezana, M. (2020, 29 de octubre). Comunicación interna: Nada volverá a ser como antes. <https://bit.ly/2ZaXEa9>
- Antón-Chávez, A. del P., & García-Yovera, S. L. (2019). Comunicación interna en organizaciones agrarias administradoras de agua, Perú. *Revista Venezolana De Gerencia*, 24 (2), 557-572. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i2.31510>
- Bartels, J., Peters, O., de Jong, M., Pruyn, A., & van der Molen, M. (2010). Horizontal and vertical communication as determinants of professional and organisational identification. *Personnel Review*, 39(2), 210–226. DOI:10.1108/00483481011017426
- Cabra, N. (2008). Las voces de la organización. *Signo y pensamiento*, XXVII (52), 165–177. [fecha de Consulta 23 de Noviembre de 2021]. ISSN: 0120-4823. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86005212>
- Cárdenas Martínez, M., & Santana Rojas, A. (2021). Estrategias de comunicación interna entre miembros del Programa de psicología en la UCC, sede Villavicencio, en pandemia COVID 19. Universidad Cooperativa de Colombia Campus Villavicencio. Colombia  
<https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/33178>
- Cárdenas-Valencia, L. E., & Aguilar-Vélez, B. D. (2018). Incidencia de la comunicación interna con los estudiantes del programa Ser Pilo Paga de la Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín. *Rev. CEA*, 4(8), 35–49. <https://bit.ly/3HNZCio>
- Castillo Rivera, A. S. (2016). Análisis de flujo de la Comunicación Interna En La Clínica Odontológica De La Universidad Católica De Santa María, Arequipa.

[Tesis de bachiller, Universidad Católica de Santa María]. Repositorio Institucional UCSM. <https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/5171>

Castro, J. (2005). *Comunica, lecturas de Comunicación Organizacional. Netbiblo Gesbiblo.*

[https://books.google.com.pe/books/about/Comunica\\_Lecturas\\_de\\_Comunicaci%C3%B3n\\_Organ.html?id=uPho69FxDclC&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/Comunica_Lecturas_de_Comunicaci%C3%B3n_Organ.html?id=uPho69FxDclC&redir_esc=y)

Dávila, D.D (2018). Diagnóstico de la comunicación organizacional interna en los trabajadores CAS-15 del Hospital Regional Lambayeque, 2017. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. [Tesis de licenciado, Universidad Católica de Santa María]. Repositorio Institucional UNPRG. <https://hdl.handle.net/20.500.12893/4277>

Dávila, L. M. y Arceluz, V. D. (2017). El proceso de comunicación interna en la oficina del conservador de la ciudad de Cienfuegos. *Revista Conrado*, 14 (61), 133-140. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442018000100020&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000100020&lng=es&tlng=es).

Egas, E. Y. y Yance, K. T. (2018). Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil - Ecuador. *Revista ESPACIOS*, 39 (24). <http://www.revistaespacios.com/a18v39n24/a18v39n24p20.pdf>

Espinosa, N. W., Icaza, M. I. C., Sadi, G., & Adell, I. A. (2017). La relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional: el caso de una universidad ecuatoriana. *Austral comunicación*, 6(1), 133–160. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6067433>.

Fernández Collado, C. (2009). *La comunicación en las organizaciones*. Trillas. (Original publicado en 2009). <https://bit.ly/32nfx6R>

Grau, R. et al. (2014). *Metodología de la investigación*. Universidad de Ibagué. Coruniversitaria. Libro en soporte digital. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- Gutiérrez Cottle, C. (2017). La importancia de la comunicación interna en organizaciones del tercer sector: caso Enseña Perú. [Tesis para licenciado, Universidad de Lima.] Repositorio Institucional ULIMA.
- Hernández, et al. (2014). Metodología de la Investigación. Distrito Federal, México: McGRAW-Hill / Interamericana Editores.  
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Hernández, et al. (2018). Metodología de la Investigación. McGRAW-Hill / Interamericana. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Kim, J, Lee, Yeunjae. (2021). Cultivating employee creativity through strategic internal communication: The role of leadership, symmetry, and feedback seeking behaviors. *Public Relations* 47 (2021)  
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101998>
- Li, J.-Y., Sun, R., Tao, W., & Lee, Y. (2021). Employee coping with organizational change in the face of a pandemic: The role of transparent internal communication. *Public Relations Review*, 47(1), 101984. doi:10.1016/j.pubrev.2020.101984
- Meneses, J. (2016). El cuestionario. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.  
<https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario>
- Men, L. R., & Yue, C. A. (2019). Creating a positive emotional culture: Effect of internal communication and impact on employee supportive behaviors. *Public Relations Review*. doi:10.1016/j.pubrev.2019.03.001
- Montoya, M., De la Rosa, L. (2014). Flujos de comunicación en organizaciones privadas en Tijuana. *Razón y Palabra*, (87).  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199531505010>

- Muntané. R (2010). Introducción a la investigación básica. *Revisiones temáticas*, 33(3), 221-227.
- Muñiz Gonzales, Rafael (2017). Marketing en el ciclo XXI. [http://pdfi.cef.es/marketing\\_en\\_el\\_siglo\\_xx1\\_freemium/files/assets/common/downloads/publication](http://pdfi.cef.es/marketing_en_el_siglo_xx1_freemium/files/assets/common/downloads/publication).
- Nosnik Ostrowiak, A. (2014). Teoría de la Comunicación Productiva. Rosario: Homo Sapiens.
- Nosnik, A. (2013). Teoría de la Comunicación productiva: exploraciones más allá de la retroalimentación. Argentina: Homo Sapiens Ediciones.
- Nosnik, A. (Agosto-septiembre de 2003). Comunicación Productiva: Un nuevo enfoque teórico. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/anosnik.html>
- Orjuela Córdoba, S. P. (2016). Comunicación Organizacional. Teoría y Estudios. Servicio de Publicaciones y Divulgación Científica. [Tesis de doctorado, Universidad de Málaga]. Repositorio Institucional UMA. <http://hdl.handle.net/10630/11962>
- Paradinas Márquez, M. (2020). Importancia de la comunicación interna en la gestión del conflicto: Empresa y mujer Internacional de Investigación en Comunicación. Vol. 22. (214-227). <tps://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7302731>
- Pazmay Ramos, S. G., Pardo Paredes, E. V., & Ortiz del Pino, Á. R. (2017). Características de la comunicación en empresas ecuatorianas: una primera aproximación. *Acta de investigación psicológica*, 7(2), 2704–2716. <https://doi.org/10.1016/j.aiprr.2017.03.006>.
- Ramírez, T. (1997). Cómo hacer un proyecto de investigación. Caracas, Venezuela: Panapo. <http://190.169.28.21/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=239132>

- Riveros Pagador, B. L. y Rosas Iparraguirre, L. (2020). "Juntos en la distancia": plan de comunicación interna para el Banco Corporativo Americano (BCA) durante la crisis del COVID-19 [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación, Universidad de Lima]. Repositorio Institucional Ulima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/11762>
- Rodríguez, V, (2020). Metodología de la investigación. Universidad San Martín de Porres. Santa Anita.
- Rodríguez-Fernández, L., & Vázquez-Sande, P. (2019). Retos y perspectivas en la comunicación organizacional. *El profesional de la información*, 28(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.01>
- Sánchez Turcios, Reinaldo Alberto. (2015). t-Student: Usos y abusos. *Revista mexicana de cardiología*, 26(1), 59-61, [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-21982015000100009&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-21982015000100009&lng=es&tlng=es).
- Siurana Aparisi, Juan Carlos. (2010). Los principios de la bioética y el surgimiento de una bioética intercultural. *Veritas*, (22), 121-157. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-92732010000100006>
- Tkalac Vercic, A., & Poloski Vokié, N. (2017). Engaging employees through internal communication. *Revista Public Relations Review*, Vol 43 (885-893). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.04.005>
- Vallejo Peña, F. A., & Pardo Molina, M. (2009). La Comunicación Vertical: un acercamiento a su problemática en las organizaciones. *Revista Internacional de Organizaciones*, 0(2), 149. <https://doi.org/10.17345/rio2.149-168>
- Valverde Polo, A. F. G. (2019). Flujos de comunicación interna e identidad corporativa en los trabajadores de la I.E.P. "El Nazareno" de Nuevo Chimbote, 2019. [Tesis para licenciado, Universidad César Vallejo.] Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/52934>

- Vivas Escalante, A. D., & Saavedra Moraga, P. A. (2019). Comunicación interna en la calidad de la gestión administrativa Liceo Técnico Amelia Courbis, Talca 2018. *Revista Scientific*, 4(Ed. Esp.), 116–135. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7036725>
- Yuni, J. A., & Urbano, C. A. (2006). Técnicas para investigar. Alianza Editorial. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/01/T%c3%a9cnicas-para-investigar-2-Brujas-2014-pdf.pdf>

## **ANEXOS**

### Anexo 1: Matriz de operacionalización de la variable

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Flujos de comunicación interna	Ongallo (2017) sostiene que la valoración de la comunicación interna surge por distintos factores en el interior de toda empresa y se pueden medir a través de sus flujos, los cuales son: comunicación ascendente, comunicación descendente, comunicación vertical y comunicación horizontal.	La presente variable se estudiará de acuerdo a las cuatro dimensiones que el nombrado autor propone.	Comunicación ascendente	Confianza Responsabilidad
			Comunicación descendente	Estimulación Información
			Comunicación horizontal	Motivación Trabajo en equipo Empatía
			Comunicación vertical	Toma de decisiones Detección de problemas Solución de problemas



## Anexo 2: Matriz de consistencia teórica

Título de la investigación				
“Valoración de los flujos de comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021”				
Autor(es)				
Granda Alarcon Jefferson Brayan - Cahua Alcedo Kimberly Gisbel				
Planteamiento del problema		Objetivos	Metodología	Instrumento
Problema general		Objetivo general	Enfoque de investigación	Cuestionario de preguntas
¿Cuál es la valoración de los flujos de comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021?		Describir los flujos de comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021.	Cuantitativo	
Problemas específicos		Objetivos específicos	Nivel de investigación	Escala de medición
¿Cuál es la valoración de la comunicación ascendente en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021?		Describir la valoración de la comunicación ascendente en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021.	Descriptivo comparativo	Escala de Likert - Ordinal

		Tipo de investigación	
¿Cuál es la valoración de la comunicación descendente en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021?	Describir la valoración de la comunicación descendente en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021.	Básica	
		Diseño de investigación	
¿Cuál es la valoración de la comunicación horizontal en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021?	Describir la valoración de la comunicación horizontal en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021.	No experimental - Transversal	Técnica
¿Cuál es la valoración de la Comunicación vertical en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021?	Describir la valoración de la comunicación vertical en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021.		Encuesta

### Anexo 3: Instrumento de recolección de datos – Cuestionario de preguntas

Autores: Granda Alarcon Jefferson Brayán - Cahua Salcedo Kimberly Gisbel

Ítem	Pregunta	Escala de medición				
		Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
1	Me siento en confianza para compartir mis ideas en las reuniones virtuales, sin temor a críticas negativas					
2	Considero que puedo establecer una comunicación de confianza en las labores encomendadas por mi jefe.					
3	Me siento en confianza para informar a mis compañeros cuando detecto un problema en las actividades de la empresa.					
4	Considero que informo a tiempo la producción que desempeño en la empresa.					
5	Considero que los jefes dirigen con responsabilidad cada área que conforma la empresa.					
6	Considero que la empresa me estimula a mejorar mi trabajo mediante una comunicación apropiada en sus capacitaciones.					
7	Considero que la empresa me motiva					

	resaltando mi desempeño ante mis compañeros.					
8	Considero que la información que la empresa comunica es clara y concisa.					
9	Me siento motivado trabajando bajo una buena comunicación con mis compañeros.					
10	Considero que trabajo eficazmente junto a mis compañeros.					
11	Considero que la comunicación entre mis compañeros es positiva.					
12	Considero que la comunicación entre los jefes es positiva.					
13	Considero que mi trato hacia mis compañeros es buena.					
14	Considero que el trato que me dan mis compañeros hacia mi persona es buena					
15	Considero que mi jefe toma en cuenta mis opiniones a la hora de tomar decisiones en la empresa.					
16	Considero que el jefe toma en cuenta las opiniones de mis compañeros a la hora de tomar decisiones en la empresa.					
17						

	Considero que mi jefe me escucha cuando detecto un problema que presenta la empresa.					
18	Considero que mi jefe escucha a mis compañeros cuando estos detectan un problema que presenta la empresa.					
19	Considero que mi jefe me escucha cuando propongo soluciones a los problemas que presenta la empresa.					
20	Considero que mi jefe escucha a mis compañeros cuando proponen soluciones que presenta la empresa.					

## Anexo 4: Tabla de evaluación de experto (1)

### FICHA DE VALIDACION

TITULO:

"Valoración de los flujos de la comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima norte, 2021"

NOMBRE Y APELLIDOS: GILSA CAROLINA LISBOA ECHEVERRE

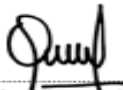
GRADO ACADEMICO: MAGISTER EN RELACIONES PUBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA.

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con las variables	
					SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
VARIABLE Flujos de la comunicación interna	Comunicación ascendente	Confianza	1		X		X		X		X	
			2		X		X		X		X	
		3		X		X		X		X		
		4		X		X		X		X		
	Comunicación descendente	Estimulación	5		X		X		X		X	
			6		X		X		X		X	
		7		X		X		X		X		
		8		X		X		X		X		
	Comunicación horizontal	Motivación	9		X		X		X		X	
		Trabajo en equipo	10		X		X		X		X	
			11		X		X		X		X	
			12		X		X		X		X	

	Empatia	13		X		X		X		X		
		14		X		X		X		X		
	Comunicación vertical	Toma de decisiones	15		X		X		X		X	
			16		X		X		X		X	
		Detección de problemas	17		X		X		X		X	
			18		X		X		X		X	
	Solución de problemas	19		X		X		X		X		
		20		X		X		X		X		

OBSERVACIONES: Ninguna.

FECHA DE REVISIÓN: 22/09/2021



MG. GILSA CAROLINA LISBOA ECHEVERRE  
LIC. CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
DOCENTE UNIVERSITARIO  
DNI: 43767281

## Anexo 5: Tabla de evaluación de experto (2)

### FICHA DE VALIDACION

TITULO:

"Valoración de los flujos de la comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima norte, 2021"

NOMBRE Y APELLIDOS: Felipe Anderson Ríos ~~Lucio~~

GRADO ACADEMICO: MAGISTER EN GESTION COMERCIAL Y COMUNICACIONES DE MARKETING

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ALTERNATIVA 8 DE RESPUESTA	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con las variables	
					SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
VARIABLE Flujos de la comunicación interna	Comunicación ascendente	Confianza	1		x		Σ		Σ		Σ	
			2		x		Σ		Σ		Σ	
			3		x		Σ		Σ		Σ	
		Responsabilidad	4		x		x		x		x	
			5		x		x		x		x	
	Comunicación descendente	Estimulación	6		x		x		x		x	
			7		x		x		x		x	
		Información	8		x		x		x		x	
	Comunicación horizontal	Motivación	9		x		x		x		x	
		Trabajo en equipo	10		x		x		x		x	
			11		x		x		x		x	

	Empatia	13		x		x		x		x		
		14		x		x		x		x		
	Toma de decisiones	15		x		x		x		x		
		16		x		x		x		x		
	Detección de problemas	17		x		x		x		x		
		18		x		x		x		x		
	Solución de problemas	19		x		x		x		x		
		20		x		x		x		x		
			12		x		x		x		x	

OBSERVACIONES mejorar la redacción de algunas afirmaciones

FECHA DE REVISION 23/09/2021



FIRMA DE QUIEN VALIDA EL INSTRUMENTO

Docente Universitario

DNI: 44198255

## Anexo 6: Tabla de evaluación de experto (3)

### FICHA DE VALIDACIÓN

TÍTULO:

"Valoración de los flujos de comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima norte, 2021"

NOMBRE Y APELLIDOS: Moreno López, Wilder Emilio

GRADO ACADÉMICO: MAGISTER EN COMUNICACION SOCIAL

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con las variables	
					SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
VARIABLE Flujos de la comunicación interna	Comunicación ascendente	Confianza	1		X		X		X		X	
			2		X		X		X		X	
			3		X		X		X		X	
		Responsabilidad	4		X		X		X		X	
			5		X		X		X		X	
	Comunicación descendente	Estimulación	6		X		X		X		X	
			7		X		X		X		X	
		Información	8		X		X		X		X	
	Comunicación horizontal	Motivación	9		X		X		X		X	
		Trabajo en equipo	10		X		X		X		X	
			11		X		X		X		X	
			12		X		X		X		X	

		Empatía	13		X		X		X		X	
			14		X		X		X		X	
	Comunicación vertical	Toma de decisiones	15		X		X		X		X	
			16		X		X		X		X	
		Detección de problemas	17		X		X		X		X	
			18		X		X		X		X	
		Solución de problemas	19		X		X		X		X	
			20		X		X		X		X	

OBSERVACIONES .....

FECHA DE REVISIÓN: 24 - 09 - 2021



FIRMA DE QUIEN VALIDA EL INSTRUMENTO

COLOQUE ACÁ EL CARGO QUE OCUPA, DNI Y SU NRO DE COLEGIATURA (OPCIONAL)



## Anexo 7: Coeficiente V de Aiken

### COEFICIENTE DE VALIDACIÓN

#### Enfoque cuantitativo

Preguntas	Gilsa Carolina Lisboa Echeverre	Felipe Anderson Rios Incio	Wilder Emilio Moreno López	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100 %
ITEM 2	1	1	1	3	100 %
ITEM 3	1	1	1	3	100 %
ITEM 4	1	1	1	3	100 %
ITEM 5	1	1	1	3	100 %
ITEM 6	1	1	1	3	100 %
ITEM 7	1	1	1	3	100 %
ITEM 8	1	1	1	3	100 %
ITEM 9	0	0	0	0	0 %
ITEM 10	1	1	1	3	100 %
ITEM 11	1	1	1	3	100 %
					92
Validación a nivel de 3 expertos					%

Fuente: Elaboración propia.

#### • COEFICIENTE DE V DE AIKEN

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

Siendo:

S= la suma de si

Si= valor asignado por el juez i

n= número de jueces

c = número de valores de la escala de valoración ( 2 en este caso)



## Anexo 9: Padrón de encuestados de Rabbit Glass S.A.

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	
16	Angel Marco Gonzáles Garcia	2017	Profesional	575	575	575	575	575	2000	2007	Profesional	575	575	575	575	2000	2007	Profesional	575	575	575	575	2000	2007	Profesional	575	575	575	575	2000	2007	Profesional	575
17	Luciano Marcelo Nuñez Vera	2016	Profesional	600	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600
18	Alin Elmer Colonia Cabello	2020	Administrativo	800	800	800	800	800	1600	2020	Administrativo	800	800	800	800	1600	2020	Administrativo	800	800	800	800	1600	2020	Administrativo	800	800	800	800	1600	2020	Administrativo	800
19	Humberto Manciano De La Cruz Huamani	2019	Profesional	450	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450
20	Juan Carlos Gonzales Zegarra	2021	Profesional	550	550	550	550	550	1600	2021	Profesional	550	550	550	550	1600	2021	Profesional	550	550	550	550	1600	2021	Profesional	550	550	550	550	1600	2021	Profesional	550
21	Omar Antonio Santisteban Becerra	2017	Profesional	575	575	575	575	575	2300	2017	Profesional	575	575	575	575	2300	2017	Profesional	575	575	575	575	2300	2017	Profesional	575	575	575	575	2300	2017	Profesional	575
22	JUAN JOSE ROMERO SOSA	2016	Profesional	600	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600
23	Jean Paul Chávez Zuriaga	2020	Profesional	400	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400
24	Fernando Josephi Diaz Tornero	2019	Profesional	450	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450
25	Hector Raul Vazquez Flores	2020	Administrativo	800	800	800	800	800	1600	2020	Administrativo	800	800	800	800	1600	2020	Administrativo	800	800	800	800	1600	2020	Administrativo	800	800	800	800	1600	2020	Administrativo	800
26	Italo Nicolas Granda Calderon	2019	Profesional	450	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450
27	José Cabellos Torres	2020	Profesional	400	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400
28	Joaquin Andre Castro Eguiluz	2016	Profesional	600	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600
29	JORGE ISAAC GUTIERREZ EGOAVIL	2020	Profesional	400	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400
30	Manuel Fernández Falcón	2019	Profesional	450	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450
31	Josue Alberto Ávila Sanchez	2021	Profesional	550	550	550	550	550	1600	2021	Profesional	550	550	550	550	1600	2021	Profesional	550	550	550	550	1600	2021	Profesional	550	550	550	550	1600	2021	Profesional	550
32	Brayan Herrera Mendoza	2019	Verde	375	375	375	375	375	1500	2019	Verde	375	375	375	375	1500	2019	Verde	375	375	375	375	1500	2019	Verde	375	375	375	375	1500	2019	Verde	375
33	Mauro Valdez Mesa	2020	Profesional	400	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400
34	Christopher Sanchez Muñivido	2020	Verde	750	750	750	750	750	3000	2020	Verde	750	750	750	750	3000	2020	Verde	750	750	750	750	3000	2020	Verde	750	750	750	750	3000	2020	Verde	750
35	Miguel Pinto Gonzales	2016	Profesional	600	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600
36	Hiro Arakakiko Cabellos	2020	Profesional	400	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400
37	Oscar Carty Campos	2019	Verde	375	375	375	375	375	1500	2019	Verde	375	375	375	375	1500	2019	Verde	375	375	375	375	1500	2019	Verde	375	375	375	375	1500	2019	Verde	375
38	Kevin Rojas Bermudez	2019	Profesional	450	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450
39	Ángel Espirito Cruz	2021	Profesional	550	550	550	550	550	1600	2021	Profesional	550	550	550	550	1600	2021	Profesional	550	550	550	550	1600	2021	Profesional	550	550	550	550	1600	2021	Profesional	550
40	Gian Sifuentes Méndez	2020	Profesional	400	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400	400	400	400	1600	2020	Profesional	400
41	Marco Oviedo Lazo	2016	Profesional	600	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600
42	Luis Fernando Rosas Quiñones	2020	Operario	500	500	500	500	500	2000	2020	Operario	500	500	500	500	2000	2020	Operario	500	500	500	500	2000	2020	Operario	500	500	500	500	2000	2020	Operario	500
43	Felix Cortijo Alfaro	2019	Profesional	450	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450	450	450	450	1800	2019	Profesional	450
44	Luis Rondón Patetes	2021	Profesional	550	550	550	550	550	1600	2021	Profesional	550	550	550	550	1600	2021	Profesional	550	550	550	550	1600	2021	Profesional	550	550	550	550	1600	2021	Profesional	550
45	Richard Cevallos Vera	2017	Profesional	575	575	575	575	575	2300	2017	Profesional	575	575	575	575	2300	2017	Profesional	575	575	575	575	2300	2017	Profesional	575	575	575	575	2300	2017	Profesional	575
46	Daniel Alejandro Robles Jara	2016	Profesional	600	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600	600	600	600	2400	2016	Profesional	600

## Anexo 10: Procesamiento de datos en SPSS (Corporation S.A.C)

SPSS JEFF Y KIM 2021 - PRIMERA POBLACIÓN.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Numérico	8	0	Me siento en c...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	P2	Numérico	8	0	Considero que ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	P3	Numérico	8	0	Me siento en c...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	P4	Numérico	8	0	Considero que i...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	P5	Numérico	8	0	Considero que l...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	P6	Numérico	8	0	Considero que l...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	P7	Numérico	8	0	Considero que l...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P8	Numérico	8	0	Considero que l...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P9	Numérico	8	0	Me siento motiv...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P10	Numérico	8	0	Considero que t...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P11	Numérico	8	0	Considero que l...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P12	Numérico	8	0	Considero que l...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P13	Numérico	8	0	Considero que ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	P14	Numérico	8	0	Considero que ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	P15	Numérico	8	0	Considero que ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	P16	Numérico	8	0	Considero que ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	P17	Numérico	8	0	Considero que ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	P18	Numérico	8	0	Considero que ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	P19	Numérico	8	0	Considero que ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	P20	Numérico	8	0	Considero que ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	D1	Numérico	5	0	Comunicación ...	{1, Nunca}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
22	D2	Numérico	5	0	Comunicación ...	{1, Nunca}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
23	D3	Numérico	5	0	Comunicación ...	{1, Nunca}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
24	D4	Numérico	5	0	Comunicación v...	{1, Nunca}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
25	V	Numérico	5	0	Flujos de comu...	{1, Nunca}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
26											
27											
28											
29											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

SPSS JEFF Y KIM 2021 - PRIMERA POBLACIÓN.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
1	1	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	3	3	2	2	4	
2	5	5	4	3	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	
3	2	3	4	4	3	3	4	3	5	5	4	3	4	5	4	5	
4	3	5	3	5	3	3	5	3	4	3	4	3	3	3	3	5	
5	1	4	1	1	2	1	5	3	5	5	3	1	5	5	5	5	
6	5	5	3	2	2	5	3	3	5	5	3	1	3	3	5	5	
7	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	3	
8	3	4	5	4	3	3	4	3	5	4	3	3	5	4	4	5	
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	
10	5	4	5	5	4	1	1	3	4	3	3	3	4	4	4	3	
11	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	
12	3	2	3	4	3	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	2	
13	3	3	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	
14	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	3	1	5	5	1	1	
15	3	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	3	3	
16	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	
17	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	
19	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	
20	4	3	5	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	
21	4	4	3	3	4	4	3	3	5	5	5	4	5	4	4	4	
22	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	
23	5	5	5	4	3	4	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	
24	1	2	1	3	3	1	2	2	1	4	5	3	5	4	2	2	
25	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	
26	4	3	2	4	2	5	5	3	4	3	3	4	4	3	4	3	
27	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

# Anexo 11: Procesamiento de datos en SPSS (Rabbit Glass S.A.)

SPSS JEFF Y KIM 2021 - SEGUNDA POBLACIÓN Sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Númérico	8	0	Tabla 1. Me sie...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	P2	Númérico	8	0	Tabla 2. Consid...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	P3	Númérico	8	0	Tabla 3. Me sie...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	P4	Númérico	8	0	Tabla 4. Consid...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	P5	Númérico	8	0	Tabla 5. Consid...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	P6	Númérico	8	0	Tabla 6. Consid...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	P7	Númérico	8	0	Tabla 7. Consid...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P8	Númérico	8	0	Tabla 8. Consid...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P9	Númérico	8	0	Tabla 9. Me sie...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P10	Númérico	8	0	Tabla 10. Consi...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P11	Númérico	8	0	Tabla 11. Consi...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P12	Númérico	8	0	Tabla 12. Consi...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P13	Númérico	8	0	Tabla 13. Consi...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	P14	Númérico	8	0	Tabla 14. Consi...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	P15	Númérico	8	0	Tabla 15. Consi...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	P16	Númérico	8	0	Tabla 16. Consi...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	P17	Númérico	8	0	Tabla 17. Consi...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	P18	Númérico	8	0	Tabla 18. Consi...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	P19	Númérico	8	0	Tabla 19. Consi...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	P20	Númérico	8	0	Tabla 20. Consi...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	D1	Númérico	5	0	Comunicación ...	{1, Nunca}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
22	D2	Númérico	5	0	Comunicación ...	{1, Nunca}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
23	D3	Númérico	5	0	Comunicación ...	{1, Nunca}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
24	D4	Númérico	5	0	Comunicación v...	{1, Nunca}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
25	V	Númérico	5	0	Flujos de comu...	{1, Nunca}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
26											
27											
28											
29											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

SPSS JEFF Y KIM 2021 - SEGUNDA POBLACIÓN Sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
1	2	3	2	3	2	4	4	3	4	2	3	3	3	4	4	4	2
2	4	2	1	3	4	4	3	3	4	4	4	3	2	2	4	3	4
3	3	2	4	5	5	4	3	4	4	3	4	3	2	2	4	3	2
4	2	3	4	2	3	4	2	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3
5	3	4	3	4	3	4	4	4	2	2	4	2	4	4	4	3	4
6	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
7	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4
8	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3
9	3	2	4	2	3	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	5
10	4	3	2	3	3	2	4	5	3	3	4	3	5	3	2	3	3
11	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3
12	4	3	4	2	5	3	4	2	3	4	4	3	4	3	2	3	4
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3
16	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
21	5	4	5	5	4	1	1	3	4	3	3	3	4	4	4	2	2
22	1	4	1	1	2	1	5	3	5	3	1	5	5	2	3	1	1
23	1	2	3	2	2	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1
24	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	2	2	2	3	3	3	3	3	2	4	4	1	5	1	2	1	2
26	3	3	3	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	3	3	3	1
27	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	3	3

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

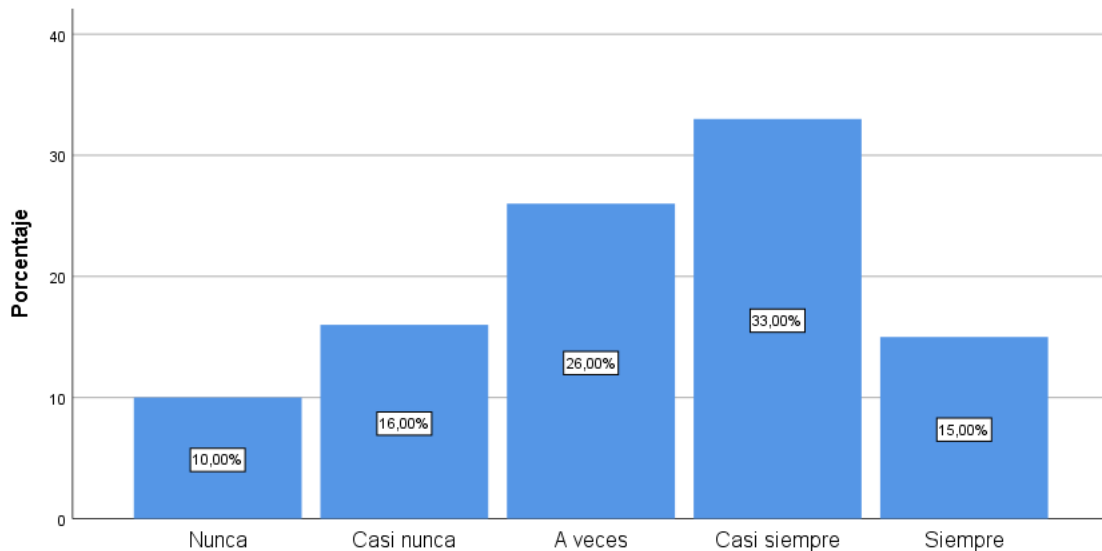
## Anexo 12: Tablas y gráficas generales - Corporation S.A.C

**Tabla N° 1**

*Me siento en confianza para compartir mis ideas en las reuniones virtuales, sin temor a críticas negativas.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	10	10,0	10,0	10,0
	Casi nunca	16	16,0	16,0	26,0
	A veces	26	26,0	26,0	52,0
	Casi siempre	33	33,0	33,0	85,0
	Siempre	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 1: Me siento en confianza para compartir mis ideas en las reuniones virtuales, sin temor a críticas negativas.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observó que un 15% del total de colaboradores de la empresa Corporation S.A.C, afirmaron que siempre sienten confianza en compartir sus ideas en la reuniones virtuales, un 33% del total casi siempre, un 26% a veces, un 16% casi nunca y un 10% nunca se sienten en confianza de compartir sus ideas en las reuniones virtuales, sin temor a críticas negativas.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 48% del total de colaboradores de la empresa Corporation S.A.C, afirmaron que siempre se sienten en confianza de compartir sus ideas en las reuniones virtuales y a diferencia de un 26% que



afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 2**

*Considero que puedo establecer una comunicación de confianza en las labores encomendadas por mi jefe.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	7,0	7,0	7,0
	Casi nunca	14	14,0	14,0	21,0
	A veces	28	28,0	28,0	49,0
	Casi siempre	35	35,0	35,0	84,0
	Siempre	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

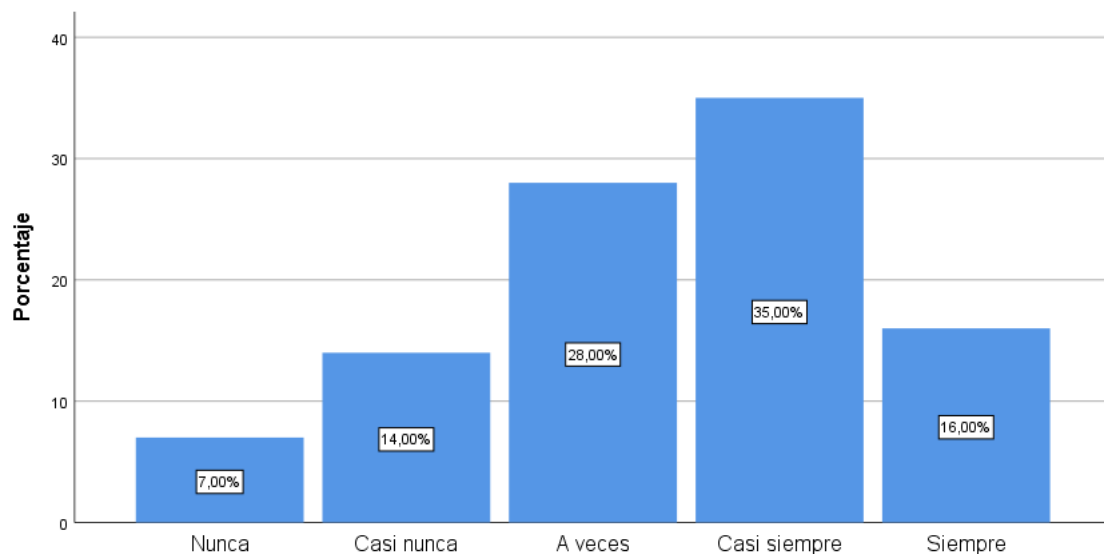


Gráfico 2: *Considero que puedo establecer una comunicación de confianza en las labores encomendadas por mi jefe.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 16 % del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre establecen una comunicación de confianza en las labores encomendadas por el jefe, un 35% del total casi siempre, un 28% a veces, un 14% casi nunca y un 7% aseguraron que nunca establecen una comunicación de confianza en las labores encomendadas por el jefe.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 51% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre establecen una comunicación de

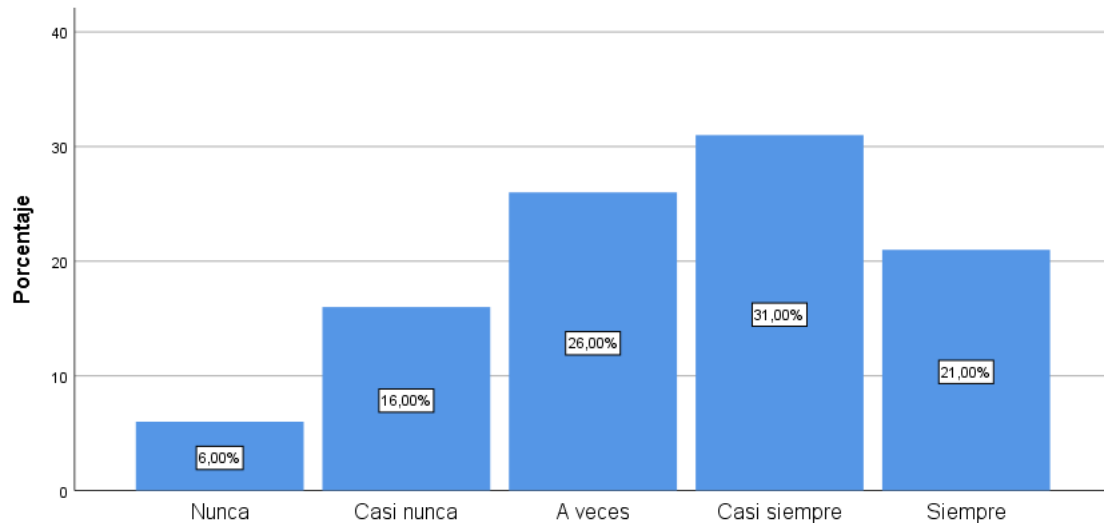
confianza en las labores encomendadas por el jefe y a diferencia de un 21% que afirmaron lo contrario, puesto que, esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 3**

*Me siento en confianza para informar a mis compañeros cuando detecto un problema en las actividades de la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	6,0	6,0	6,0
	Casi nunca	16	16,0	16,0	22,0
	A veces	26	26,0	26,0	48,0
	Casi siempre	31	31,0	31,0	79,0
	Siempre	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 3: Me siento en confianza para informar a mis compañeros cuando detecto un problema en las actividades de la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 21 % del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre se sienten en confianza de informar a sus compañeros cuando se detecta un problema en las actividades de la empresa, un 31% del total casi siempre, un 26% a veces, un 16% casi nunca y un 6% aseguraron que nunca se sienten en confianza de informar a sus compañeros cuando detecta un problema.



**Interpretación:** Podemos inferir que un 52% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre se sienten en confianza de informar a sus compañeros cuando se detecta un problema en las actividades de la empresa y a diferencia de un 22% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 4**

*Considero que informo a tiempo la producción que desempeño en la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	8,0	8,0	8,0
	Casi nunca	19	19,0	19,0	27,0
	A veces	29	29,0	29,0	56,0
	Casi siempre	32	32,0	32,0	88,0
	Siempre	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

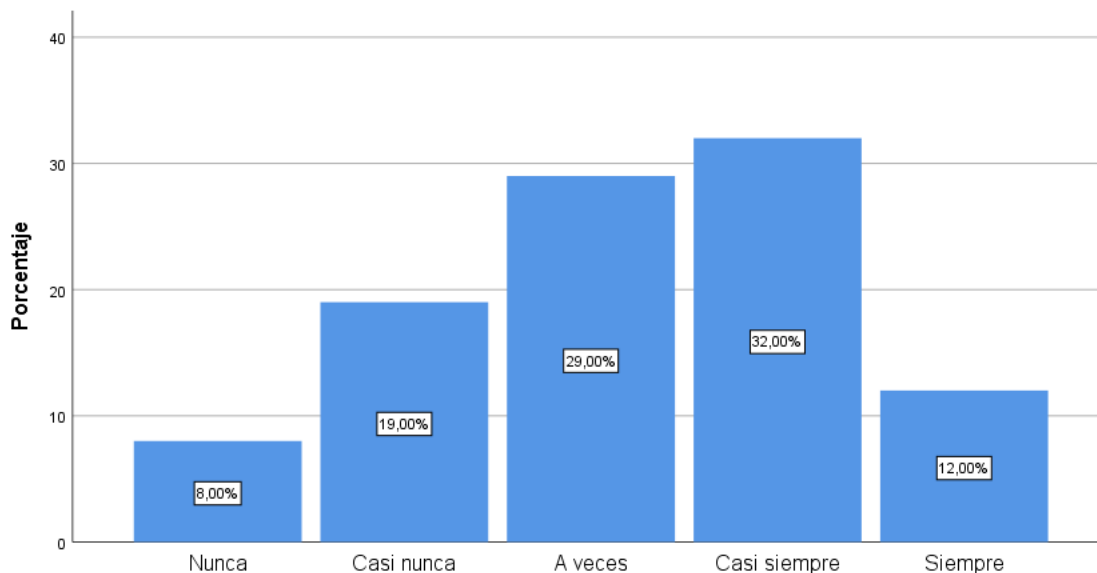


Gráfico 4: *Considero que informo a tiempo la producción que desempeño en la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 12 % del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que se informa a tiempo producción que se desempeña en la empresa, un 32% del total casi siempre, un

29% a veces, un 19% casi nunca y un 6% aseguraron que nunca informa a tiempo la producción que desempeña en la empresa.

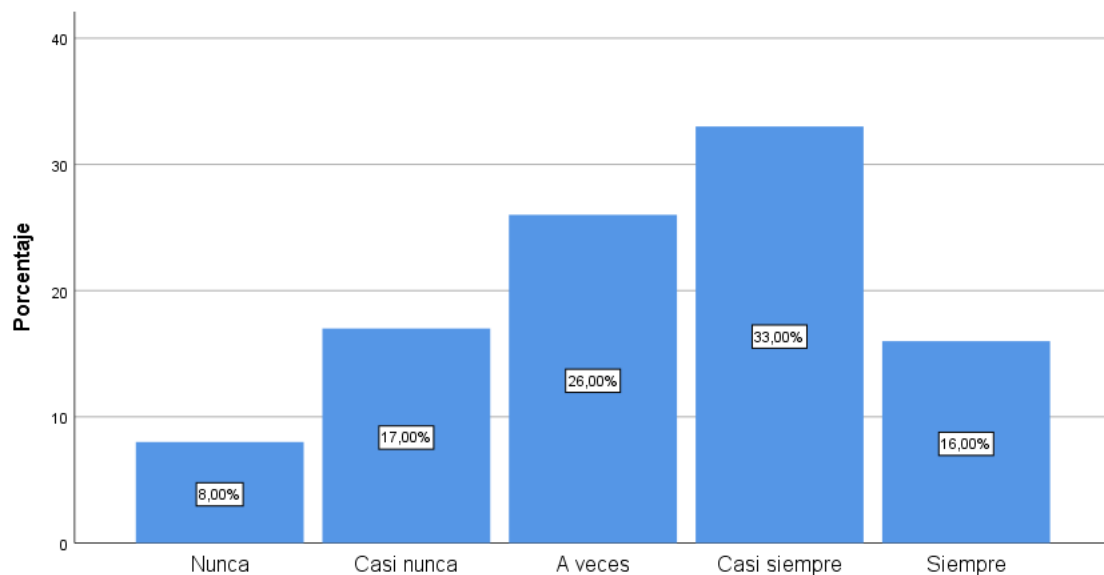
**Interpretación:** Podemos inferir que un 44% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre se informa a tiempo la producción que desempeña en la empresa. y a diferencia de un 27% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 5**

*Considero que los jefes dirigen con responsabilidad cada área que conforma la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	8,0	8,0	8,0
	Casi nunca	17	17,0	17,0	25,0
	A veces	26	26,0	26,0	51,0
	Casi siempre	33	33,0	33,0	84,0
	Siempre	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 5: Considero que los jefes dirigen con responsabilidad cada área que conforma la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 21 % del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre se sienten en confianza de informar a sus compañeros cuando se detecta un problema en las actividades de la empresa, un 31% del total casi siempre, un 26% a veces, un 16%

casi nunca y un 6% aseguraron que nunca los jefes dirigen con responsabilidad cada área que conforma la empresa.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 52% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre los jefes dirigen con responsabilidad cada área que conforma la empresa. y a diferencia de un 22% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 6**

*Considero que la empresa me estimula a mejorar mi trabajo mediante una comunicación apropiada en sus capacitaciones.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	7,0	7,0	7,0
	Casi nunca	13	13,0	13,0	20,0
	A veces	33	33,0	33,0	53,0
	Casi siempre	31	31,0	31,0	84,0
	Siempre	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

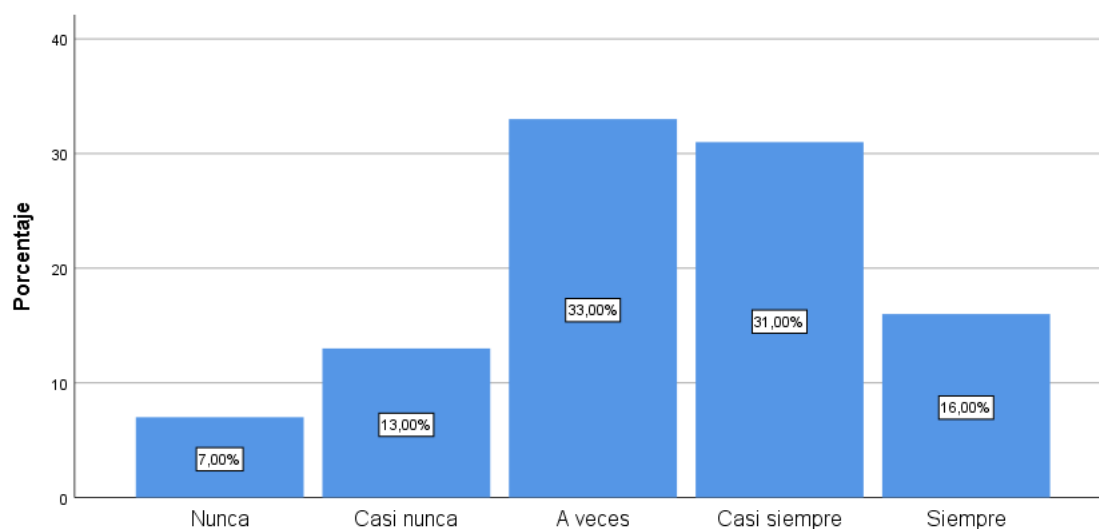


Gráfico 6: *Considero que la empresa me estimula a mejorar mi trabajo mediante una comunicación apropiada en sus capacitaciones.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 16 % del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre se estimula su trabajo mediante una comunicación apropiada en sus capacitaciones, un 31%

del total casi siempre, un 33% a veces, un 13% casi nunca y un 7% aseguraron que nunca estimulan a una mejora de trabajo mediante una comunicación apropiada en sus capacitaciones.

Interpretación: Podemos inferir que un 47% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre la empresa estimula a mejorar el trabajo mediante una comunicación apropiada en sus capacitaciones. y a diferencia de un 20% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 7**

*Considero que la empresa me motiva resaltando mi desempeño ante mis compañeros.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	4,0	4,0	4,0
	Casi nunca	18	18,0	18,0	22,0
	A veces	34	34,0	34,0	56,0
	Casi siempre	30	30,0	30,0	86,0
	Siempre	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

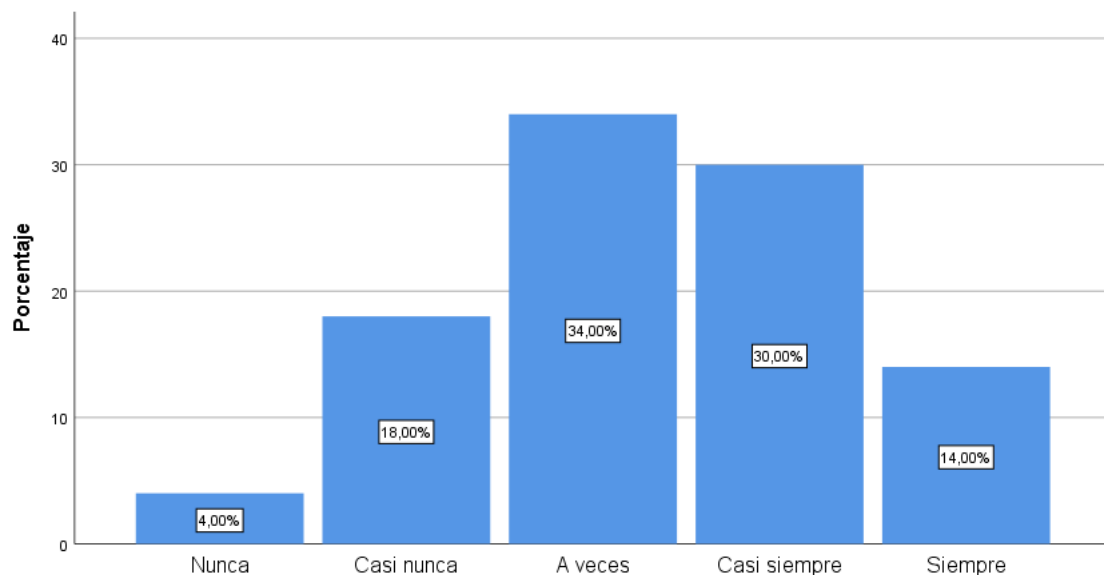


Gráfico 7: *Considero que la empresa me motiva resaltando mi desempeño ante mis compañeros.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 14% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre la empresa

motiva resaltando el desempeño del trabajador ante sus compañeros., un 30% del total casi siempre, un 34% a veces, un 18% casi nunca y un 4% aseguró que la empresa nunca motiva al trabajador resaltando su desempeño ante sus compañeros.

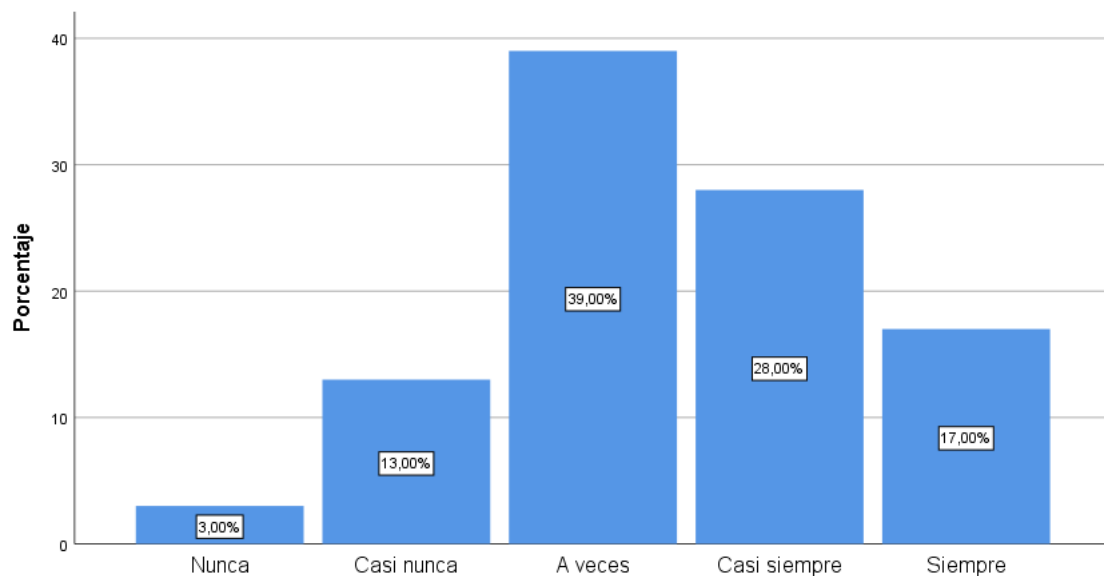
**Interpretación:** Podemos inferir que un 44% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre la empresa motiva resaltando el desempeño del trabajador ante sus compañeros. y a diferencia de un 22% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 8:**

*Considero que la información que la empresa comunica es clara y concisa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	3,0	3,0	3,0
	Casi nunca	13	13,0	13,0	16,0
	A veces	39	39,0	39,0	55,0
	Casi siempre	28	28,0	28,0	83,0
	Siempre	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 8: Considero que la información que la empresa comunica es clara y concisa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 17% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre considera la

información que la empresa comunica es clara y concisa, un 28% del total casi siempre, un 39% a veces, un 13% casi nunca y un 3% aseguraron que dicha información que la empresa comunica nunca es clara y concisa.

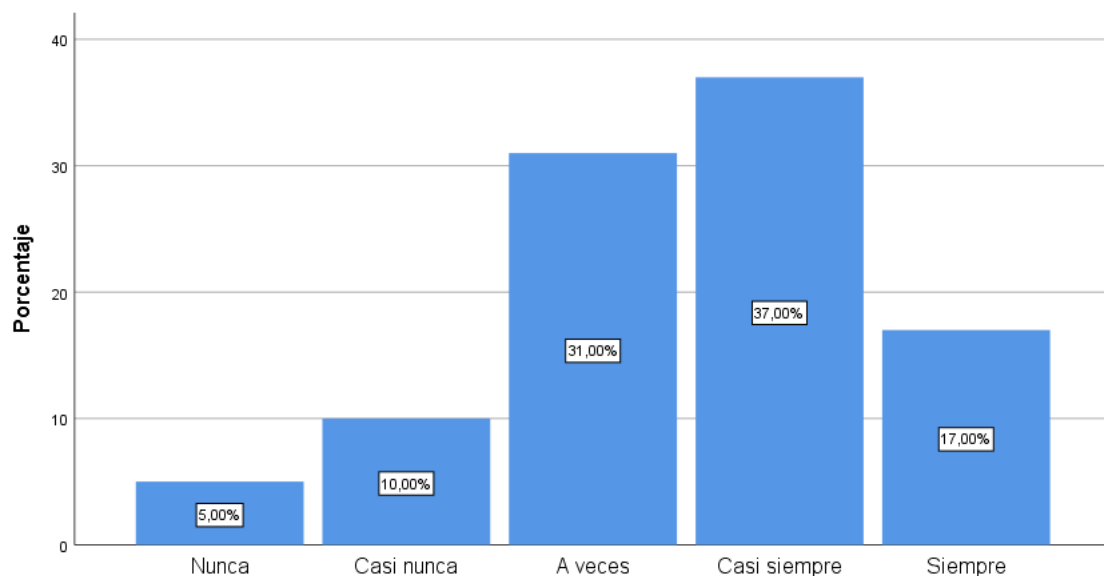
**Interpretación:** Podemos inferir que un 45% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que consideran que siempre la información que la empresa comunica es clara y concisa, y a diferencia de un 16% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 9**

*Me siento motivado trabajando bajo una buena comunicación con mis compañeros.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	10	10,0	10,0	15,0
	A veces	31	31,0	31,0	46,0
	Casi siempre	37	37,0	37,0	83,0
	Siempre	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 9: Me siento motivado trabajando bajo una buena comunicación con mis compañeros.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 17% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre se siente

motivado trabajando bajo una buena comunicación con mis compañeros., un 37% del total casi siempre, un 31% a veces, un 10% casi nunca y un 5% aseguraron que nunca se siente motivado trabajando bajo una buena comunicación con sus compañeros

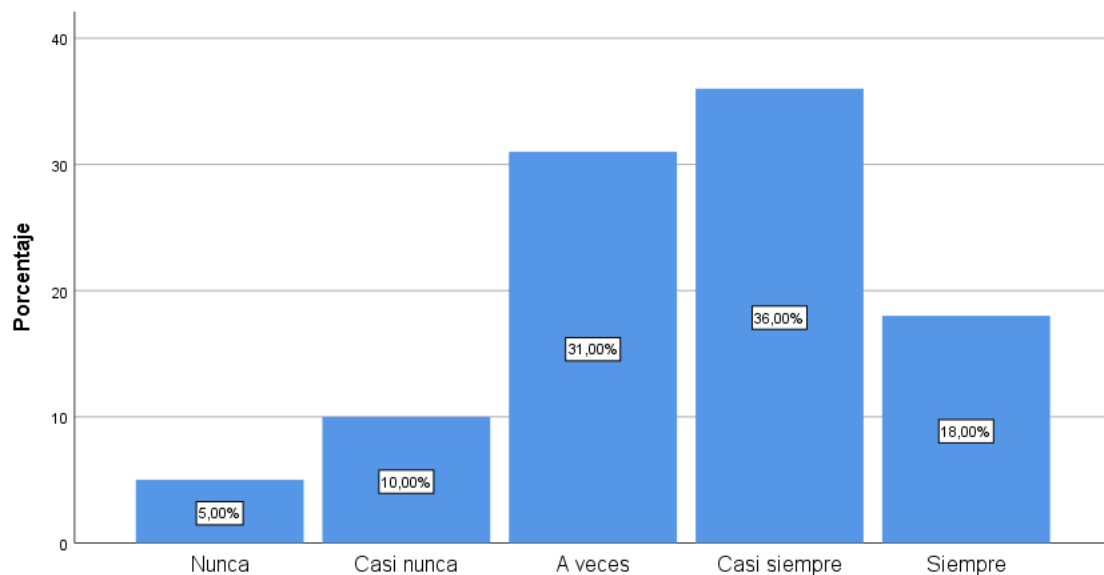
**Interpretación:** Podemos inferir que un 54% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que consideran que siempre se siente motivado trabajando bajo una buena comunicación con sus compañeros, y a diferencia de un 15% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 10**

*Considero que trabajo eficazmente junto a mis compañeros.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	10	10,0	10,0	15,0
	A veces	31	31,0	31,0	46,0
	Casi siempre	36	36,0	36,0	82,0
	Siempre	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 10: Considero que trabajo eficazmente junto a mis compañeros.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 18% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre se trabaja

eficazmente junto a sus compañeros., un 36% del total casi siempre, un 31% a veces, un 10% casi nunca y un 5% aseguraron que nunca se siente motivado trabajando bajo una buena comunicación con sus compañeros

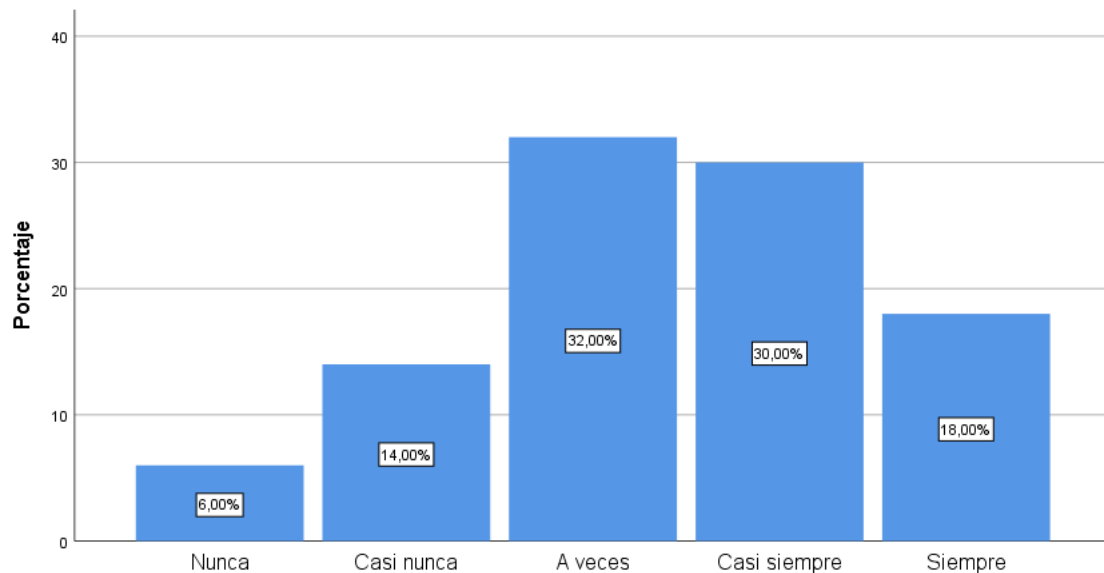
Interpretación: Podemos inferir que un 54% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que consideran que siempre trabaja eficazmente junto sus compañeros, y a diferencia de un 15% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 11**

*Considero que la comunicación entre mis compañeros es positiva.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	6,0	6,0	6,0
	Casi nunca	14	14,0	14,0	20,0
	A veces	32	32,0	32,0	52,0
	Casi siempre	30	30,0	30,0	82,0
	Siempre	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 11: Considero que la comunicación entre mis compañeros es positiva.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 18% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre la comunicación entre sus compañeros es positiva, un 30% del total casi siempre, un



32% a veces, un 14% casi nunca y un 6% consideran que la comunicación entre sus compañeros nunca es positiva.

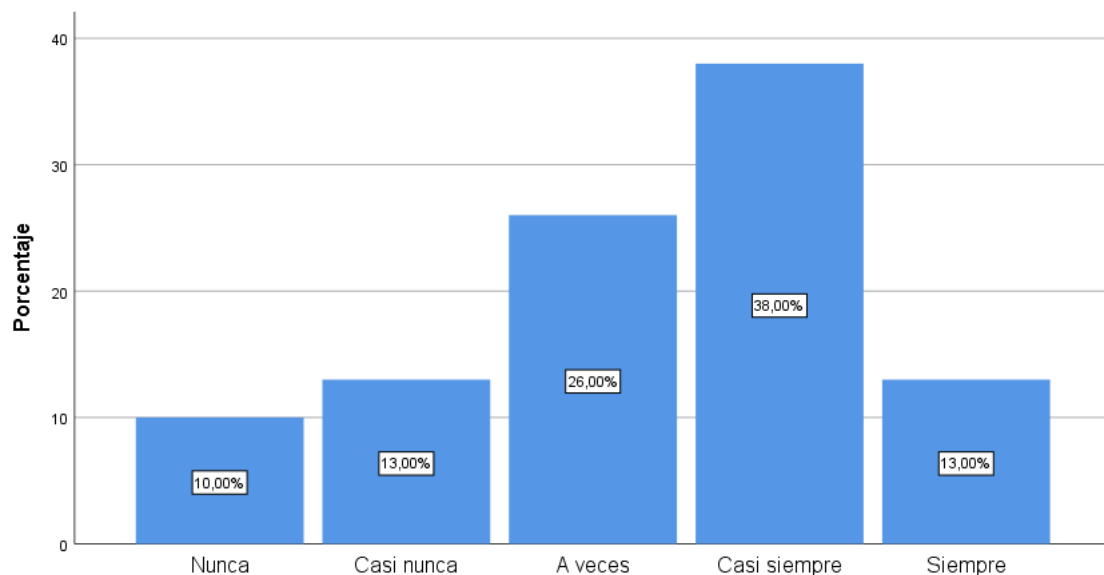
**Interpretación:** Podemos inferir que un 48% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que consideran que siempre la comunicación entre sus compañeros es positiva, y a diferencia de un 20% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 12**

*Considero que la comunicación entre los jefes es positiva.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	10	10,0	10,0	10,0
	Casi nunca	13	13,0	13,0	23,0
	A veces	26	26,0	26,0	49,0
	Casi siempre	38	38,0	38,0	87,0
	Siempre	13	13,0	13,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 12: Considero que la comunicación entre los jefes es positiva.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 13% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre la comunicación entre los jefes es positiva, un 38% del total casi siempre, un 26% a

veces, un 13% casi nunca y un 10% consideran que la comunicación entre su jefe nunca es positiva.

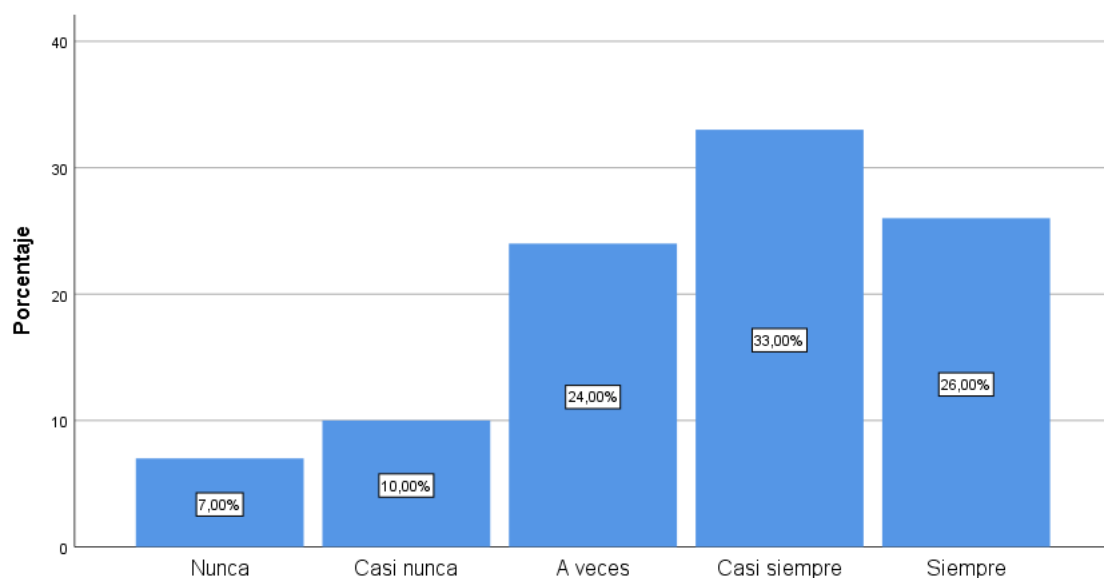
**Interpretación:** Podemos inferir que un 51% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que consideran que siempre la comunicación entre sus jefes es positiva, y a diferencia de un 23% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 13**

*Considero que mi trato hacia mis compañeros es buena.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	7,0	7,0	7,0
	Casi nunca	10	10,0	10,0	17,0
	A veces	24	24,0	24,0	41,0
	Casi siempre	33	33,0	33,0	74,0
	Siempre	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 13: Considero que mi trato hacia mis compañeros es buena.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 26% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre el trato hacia los compañeros es bueno, un 33% del total casi siempre, un 24% a veces, un 10%

casi nunca y un 7% consideran que nunca reciben un buen trato hacia los compañeros.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 59% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que consideran que siempre el trato hacia los compañeros es buena, y a diferencia de un 17% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 14**

*Considero que el trato que me dan mis compañeros hacia mi persona es buena.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	8,0	8,0	8,0
	Casi nunca	6	6,0	6,0	14,0
	A veces	27	27,0	27,0	41,0
	Casi siempre	44	44,0	44,0	85,0
	Siempre	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

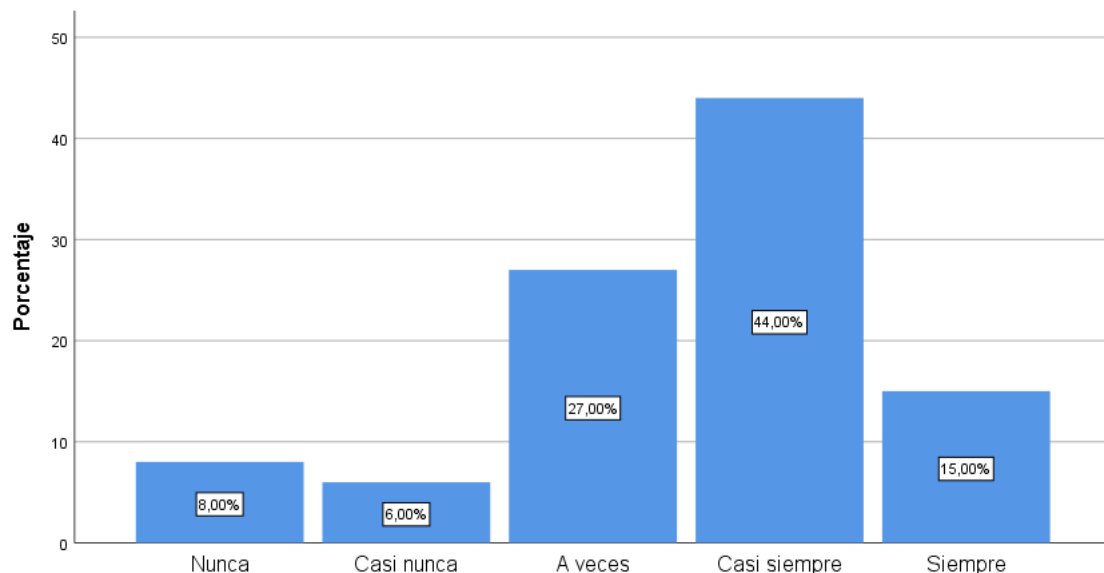


Gráfico 14: *Considero que el trato que me dan mis compañeros hacia mi persona es buena.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 15% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre el trato hacia los compañeros es bueno, un 33% del total casi siempre, un 24% a veces, un 10%

casi nunca y un 7% consideran que nunca reciben un buen trato hacia los compañeros.

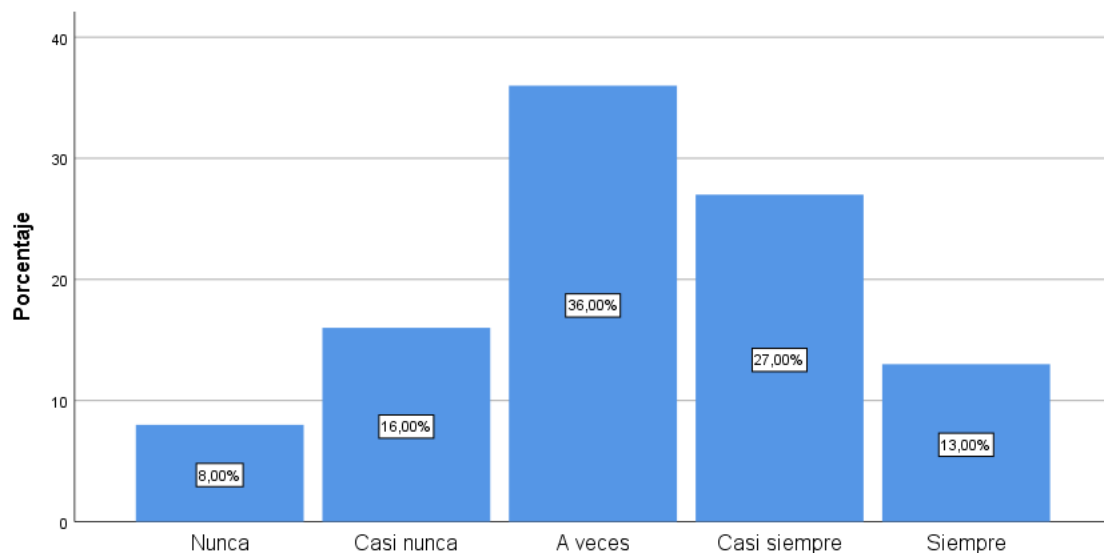
**Interpretación:** Podemos inferir que un 59% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que consideran que siempre el trato hacia los compañeros es bueno, y a diferencia de un 17% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 15**

*Considero que mi jefe toma en cuenta mis opiniones a la hora de tomar decisiones en la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	8,0	8,0	8,0
	Casi nunca	16	16,0	16,0	24,0
	A veces	36	36,0	36,0	60,0
	Casi siempre	27	27,0	27,0	87,0
	Siempre	13	13,0	13,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 15: Considero que mi jefe toma en cuenta mis opiniones a la hora de tomar decisiones en la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 13% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre el jefe toma en cuenta sus opiniones a la hora de tomar decisiones en la empresa, un 27% del

total casi siempre, un 36% a veces, un 16% casi nunca y un 8% consideran que el jefe nunca toma en cuenta sus opiniones a la hora de tomar decisiones en la empresa.

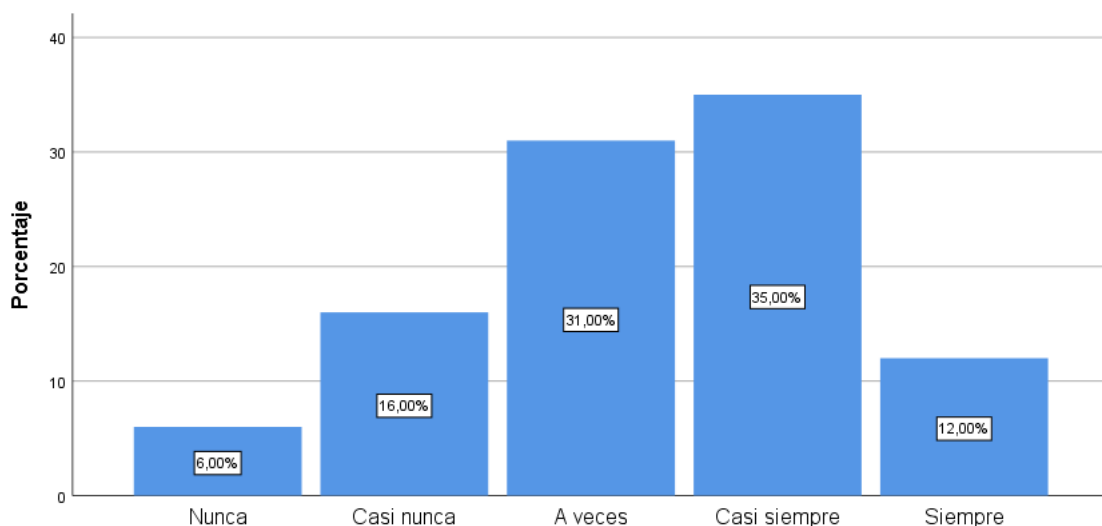
**Interpretación:** Podemos inferir que un 40% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que consideran que siempre el jefe toma en cuenta sus opiniones a la hora de tomar decisiones en la empresa, y a diferencia de un 24% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 16**

*Considero que el jefe toma en cuenta las opiniones de mis compañeros a la hora de tomar decisiones en la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	6,0	6,0	6,0
	Casi nunca	16	16,0	16,0	22,0
	A veces	31	31,0	31,0	53,0
	Casi siempre	35	35,0	35,0	88,0
	Siempre	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 16: Considero que el jefe toma en cuenta las opiniones de mis compañeros a la hora de tomar decisiones en la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 12% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre el jefe toma

en cuenta las opiniones de los compañeros a la hora de tomar decisiones en la empresa., un 35% del total casi siempre, un 31% a veces, un 16% casi nunca y un 6% consideran que el jefe nunca toma en cuenta las opiniones de los compañeros a la hora de tomar decisiones en la empresa

**Interpretación:** Podemos inferir que un 47% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que consideran que siempre el jefe toma en cuenta las opiniones de los compañeros a la hora de tomar decisiones en la empresa, y a diferencia de un 22% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 17**

*Considero que mi jefe me escucha cuando detecto un problema que presenta la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	16	16,0	16,2	21,2
	A veces	29	29,0	29,3	50,5
	Casi siempre	34	34,0	34,3	84,8
	Siempre	16	16,0	16,2	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

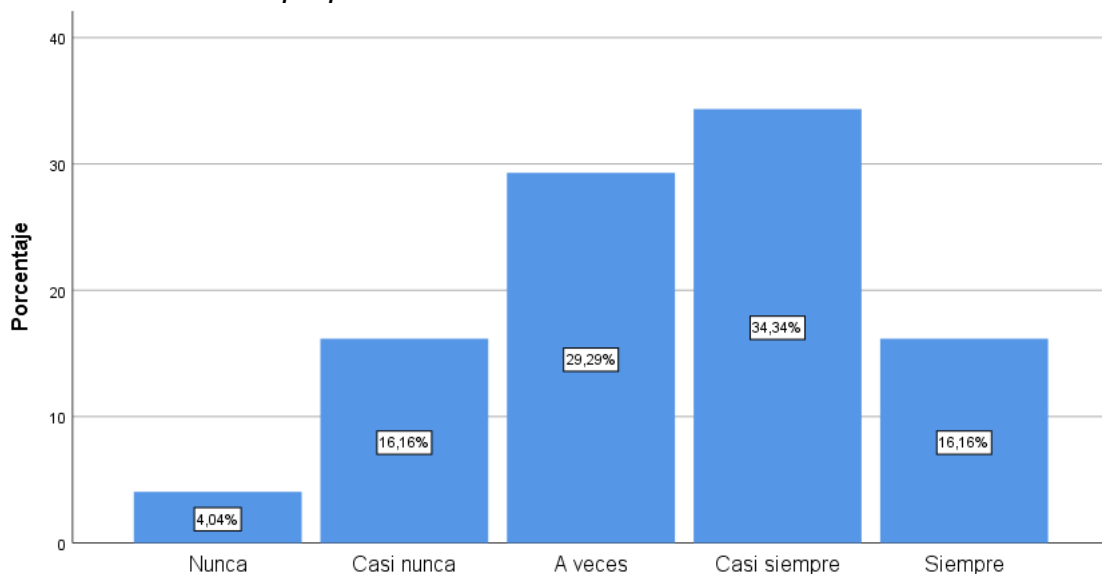


Gráfico 17: *Considero que mi jefe me escucha cuando detecto un problema que presenta la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 16,16% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que siempre el jefe escucha al trabajador cuando se detecta un problema, un 34,34% del total casi siempre, un 29,29% a veces, un 16,16% casi nunca y un 6% consideran que el jefe nunca escucha al trabajador cuando se detecta un problema en la empresa

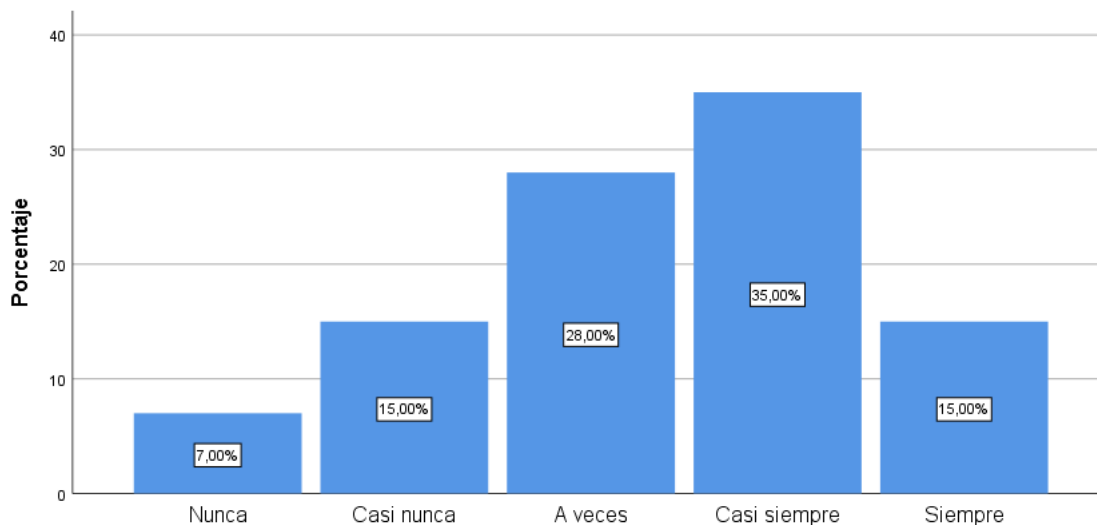
**Interpretación:** Podemos inferir que un 50,50% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que consideran que el jefe siempre escucha al trabajador cuando se detecta un problema, y a diferencia de un 20,20% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 18**

*Considero que mi jefe escucha a mis compañeros cuando estos detectan un problema que presenta la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	7,0	7,0	7,0
	Casi nunca	15	15,0	15,0	22,0
	A veces	28	28,0	28,0	50,0
	Casi siempre	35	35,0	35,0	85,0
	Siempre	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 18: Considero que mi jefe escucha a mis compañeros cuando estos detectan un problema que presenta la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 15% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que el jefe siempre escucha a los trabajadores cuando se detecta un problema en la empresa, un 35% del total casi siempre, un 28% a veces, un 15% casi nunca y un 7% consideran que el jefe nunca escucha a los trabajadores cuando se detecta un problema en la empresa

**Interpretación:** Podemos inferir que un 50,50% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que consideran que el jefe siempre escucha a los trabajadores cuando se detecta un problema, y a diferencia de un 20,20% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla N° 19**

*Considero que mi jefe me escucha cuando propongo soluciones a los problemas que presenta la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	4,0	4,0	4,0
	Casi nunca	14	14,0	14,0	18,0
	A veces	41	41,0	41,0	59,0
	Casi siempre	29	29,0	29,0	88,0
	Siempre	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

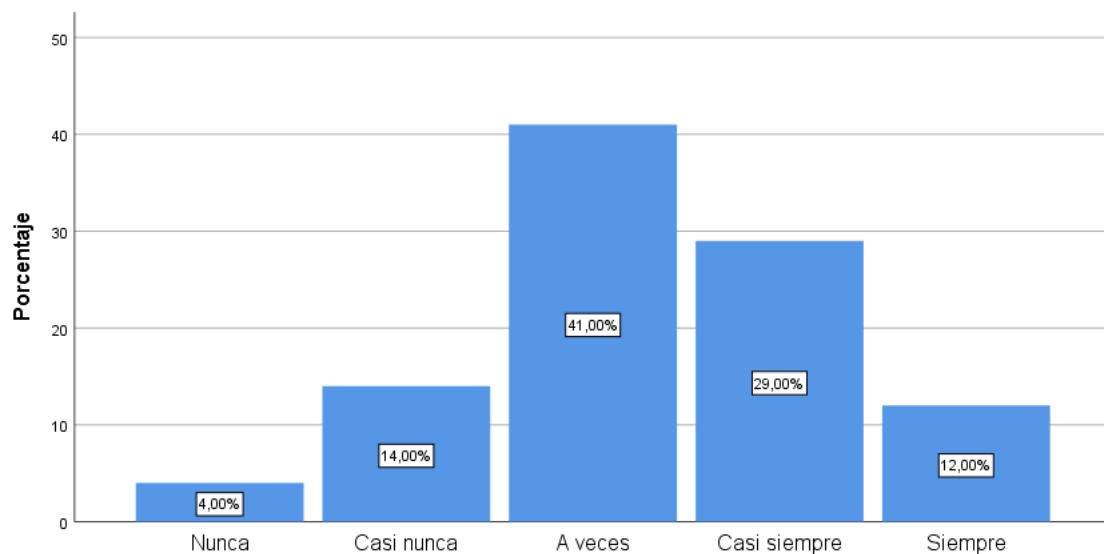


Gráfico 19: *Considero que mi jefe me escucha cuando propongo soluciones a los problemas que presenta la empresa.*



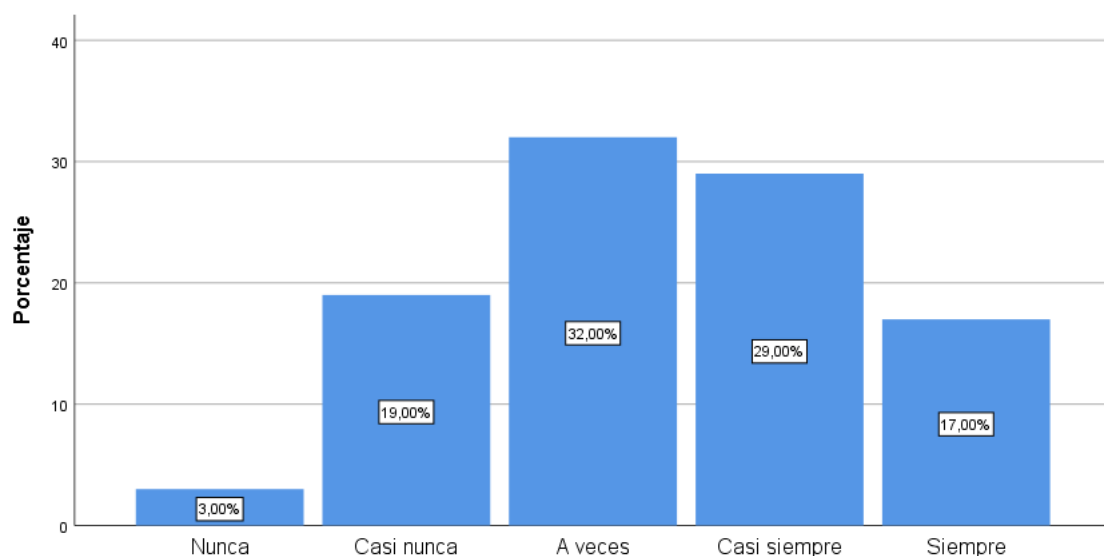
**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 12% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que el jefe siempre escucha al trabajador cuando propone soluciones a los problemas que se presenta en la empresa, un 29% del total casi siempre, un 41% a veces, un 14% casi nunca y un 4% consideran que el jefe nunca escucha al trabajador cuando propone soluciones a los problemas que se presenta en la empresa

**Interpretación:** Podemos inferir que un 41% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que consideran que el jefe siempre escucha al trabajador cuando propone soluciones a los problemas que se presenta en la empresa, y a diferencia de un 18% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa

*Tabla N° 20: Considero que mi jefe escucha a mis compañeros cuando proponen soluciones que presenta la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	3,0	3,0	3,0
	Casi nunca	19	19,0	19,0	22,0
	A veces	32	32,0	32,0	54,0
	Casi siempre	29	29,0	29,0	83,0
	Siempre	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 20: Considero que mi jefe escucha a mis compañeros cuando proponen soluciones que presenta la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 17% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que el jefe siempre escucha a los trabajadores cuando propone soluciones a los problemas que se presenta en la empresa, un 29% del total casi siempre, un 32% a veces, un 19% casi nunca y un 3% consideran que el jefe nunca escucha a los trabajadores cuando propone soluciones a los problemas que se presenta en la empresa

**Interpretación:** Podemos inferir que un 46% del total de colaboradores de la empresa Corporation SAC afirmaron que consideran que el jefe siempre escucha a los trabajadores cuando propone soluciones a los problemas que se presenta en la empresa, y a diferencia de un 22% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

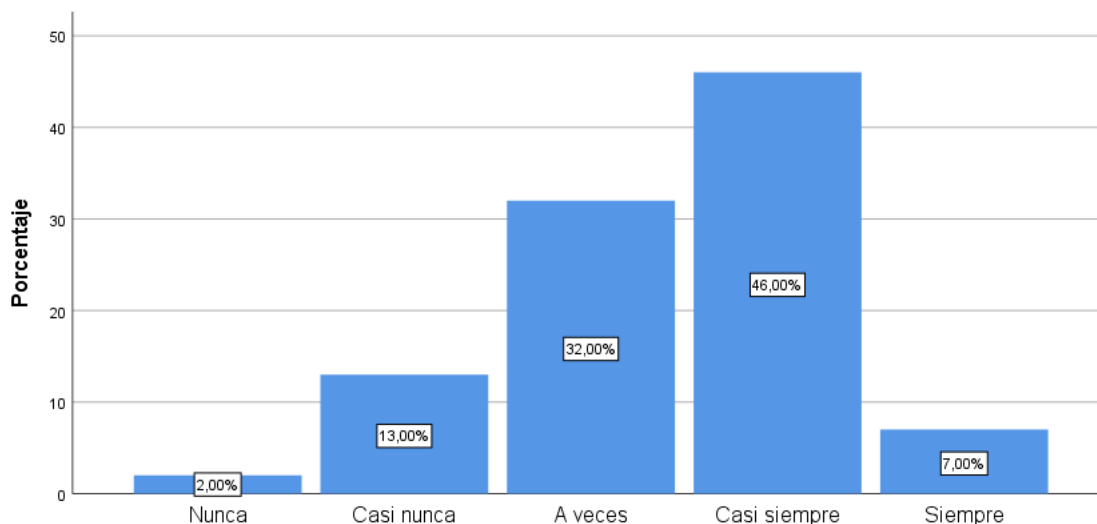
## Anexo 13: Tablas y gráficas generales - Rabbit Glass S.A.

**Tabla 1**

*Me siento en confianza para compartir mis ideas en las reuniones virtuales, sin temor a críticas negativas.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	13	13,0	13,0	15,0
	A veces	32	32,0	32,0	47,0
	Casi siempre	46	46,0	46,0	93,0
	Siempre	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 1: Me siento en confianza para compartir mis ideas en las reuniones virtuales, sin temor a críticas negativas.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 7% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A. afirmaron que el trabajador siempre se siente en confianza para compartir sus ideas en las reuniones virtuales, sin temor a críticas negativas, un 46% del total casi siempre, un 32% a veces, un 13% casi nunca y un 2% consideran que el trabajador nunca se siente en confianza para compartir sus ideas en las reuniones virtuales, sin temor a críticas negativas

**Interpretación:** Podemos inferir que un 53% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que consideran que el trabajador siempre se siente en confianza para compartir sus ideas en las reuniones virtuales, sin temor.

**Tabla 2**

*Considero que puedo establecer una comunicación de confianza en las labores encomendadas por mi jefe.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	13	13,0	13,0	13,0
	A veces	20	20,0	20,0	33,0
	Casi siempre	51	51,0	51,0	84,0
	Siempre	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

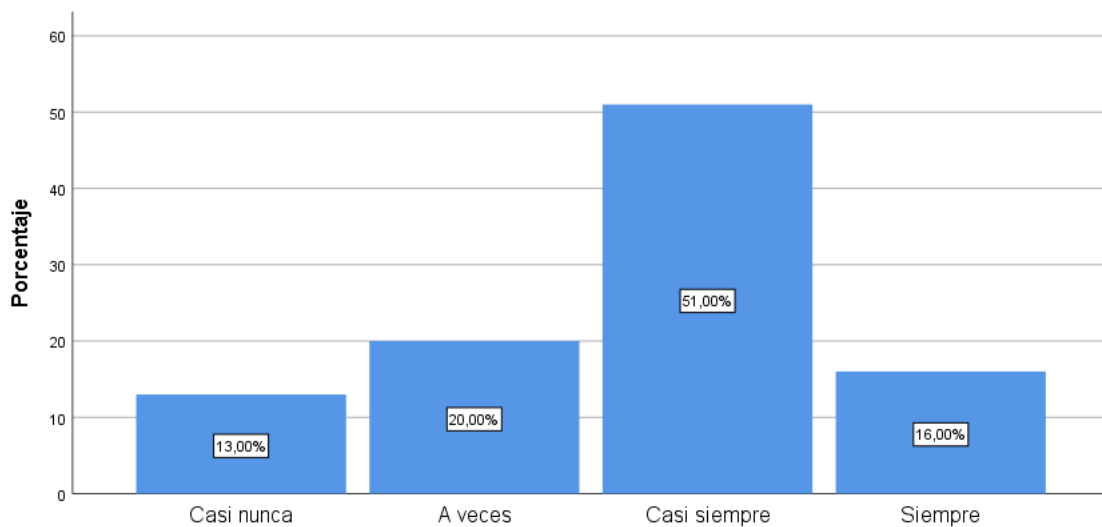


Gráfico 2: *Considero que puedo establecer una comunicación de confianza en las labores encomendadas por mi jefe.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 16% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que el trabajador siempre puede establecer una comunicación de confianza en las labores encomendadas por el jefe, un 51% del total casi siempre, un 20% a veces, un 20% casi nunca y un 13% consideran que el trabajador nunca puede establecer una comunicación de confianza en las labores encomendadas por el jefe.

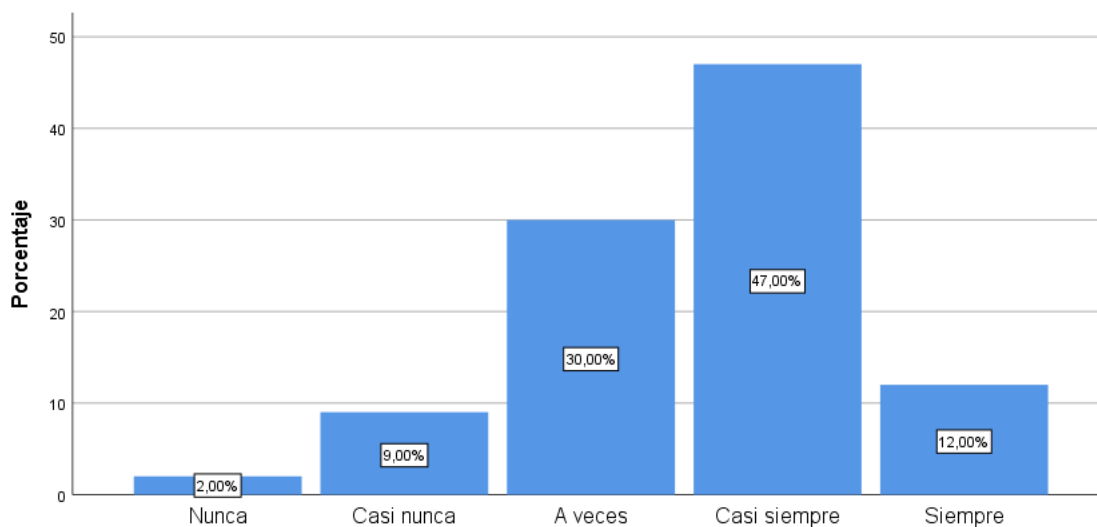
**Interpretación:** Podemos inferir que un 67% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que consideran que el trabajador siempre puede establecer una comunicación de confianza en las labores encomendadas por el jefe, y a diferencia de un 33% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa

**Tabla 3**

*Me siento en confianza para informar a mis compañeros cuando detecto un problema en las actividades de la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	9	9,0	9,0	11,0
	A veces	30	30,0	30,0	41,0
	Casi siempre	47	47,0	47,0	88,0
	Siempre	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 3: Me siento en confianza para informar a mis compañeros cuando detecto un problema en las actividades de la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 12% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que siempre el trabajador informa a sus compañeros cuando detecta un problema en las actividades de la empresa, un 47% del total casi siempre, un 30% a veces, un 9% casi nunca y un

2% consideran que el trabajador nunca informa a sus compañeros cuando detecta un problema en las actividades de la empresa.

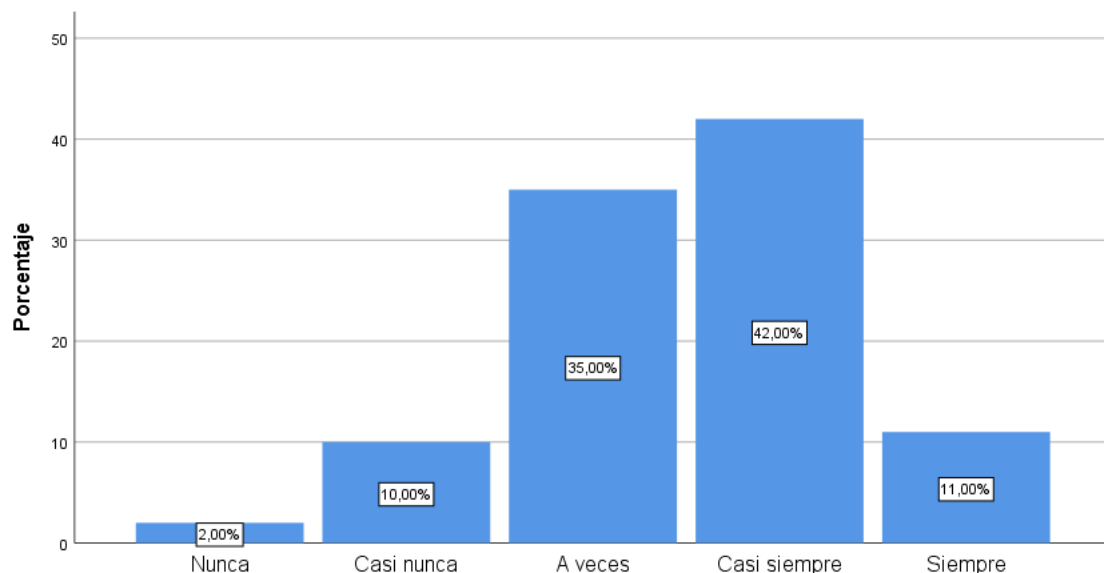
**Interpretación:** Podemos inferir que un 59% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que consideran que el trabajador informa a sus compañeros cuando detecta un problema en las actividades de la empresa, y a diferencia de un 11% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla 4**

*Considero que informo a tiempo la producción que desempeño en la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	10	10,0	10,0	12,0
	A veces	35	35,0	35,0	47,0
	Casi siempre	42	42,0	42,0	89,0
	Siempre	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 4: Considero que informo a tiempo la producción que desempeño en la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 11% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que siempre el trabajador informa la producción que desempeña en la empresa, un 42% del total casi

siempre, un 10% a veces, un 9% casi nunca y un 2% consideran que el trabajador nunca informa la producción que desempeña en la empresa

**Interpretación:** Podemos inferir que un 59% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que consideran que el trabajador informa a sus compañeros cuando detecta un problema en las actividades de la empresa, y a diferencia de un 12% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa

**Tabla 5**

*Considero que los jefes dirigen con responsabilidad cada área que conforma la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,0	1,0	1,0
	Casi nunca	8	8,0	8,0	9,0
	A veces	40	40,0	40,0	49,0
	Casi siempre	33	33,0	33,0	82,0
	Siempre	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

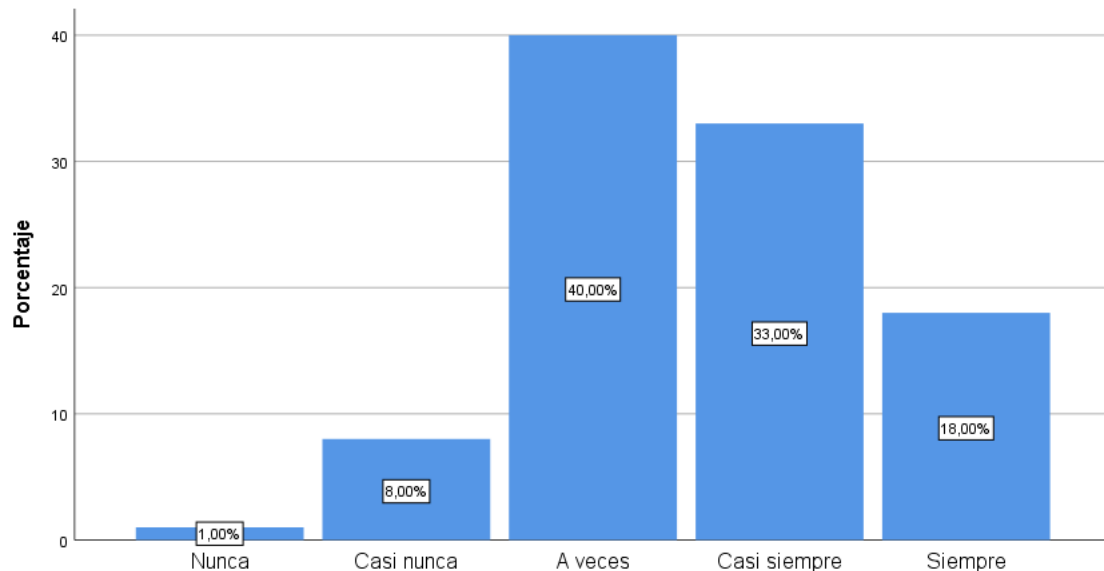


Gráfico 5: *Considero que los jefes dirigen con responsabilidad cada área que conforma la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 18% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que el jefe siempre dirige

con responsabilidad cada área que conforma la empresa, un 33% del total casi siempre, un 40% a veces, un 8% casi nunca y un 1% consideran el jefe nunca dirige con responsabilidad cada área que conforma la empresa.

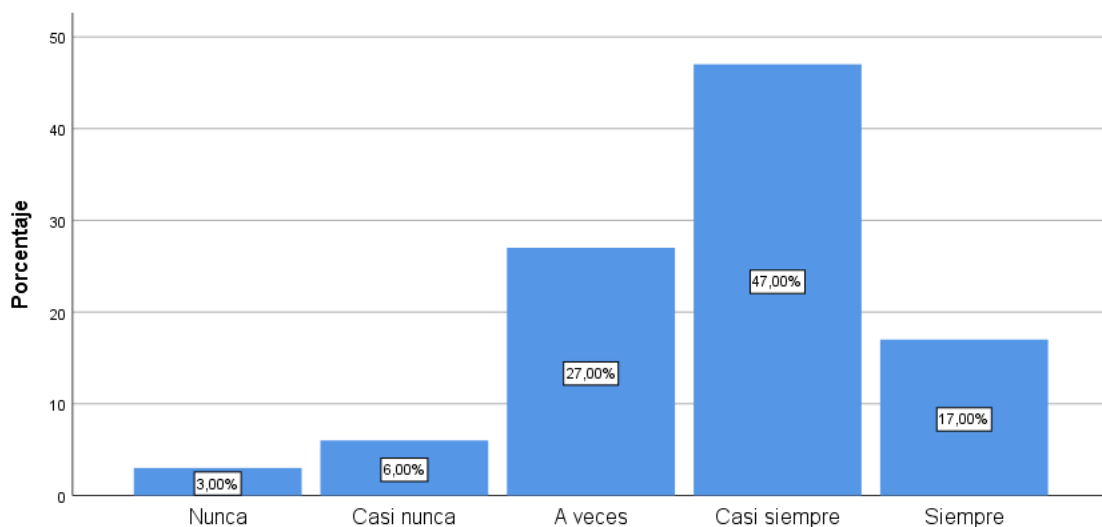
**Interpretación:** Podemos inferir que un 51% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que consideran que el jefe siempre dirige con responsabilidad cada área que conforma la empresa, y a diferencia de un 9% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla 6**

*Considero que la empresa me estimula a mejorar mi trabajo mediante una comunicación apropiada en sus capacitaciones.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	3,0	3,0	3,0
	Casi nunca	6	6,0	6,0	9,0
	A veces	27	27,0	27,0	36,0
	Casi siempre	47	47,0	47,0	83,0
	Siempre	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 6: Considero que la empresa me estimula a mejorar mi trabajo mediante una comunicación apropiada en sus capacitaciones.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 17% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que la empresa siempre



estimula el trabajo mediante una comunicación apropiada en sus capacitaciones, un 47% del total casi siempre, un 27% a veces, un 6% casi nunca y un 3% consideran el jefe nunca dirige con responsabilidad cada área que conforma la empresa.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 64% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que consideran que el jefe siempre dirige con responsabilidad cada área que conforma la empresa, y a diferencia de un 9% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa

**Tabla 7**

*Considero que la empresa me motiva resaltando mi desempeño ante mis compañeros.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	8	8,0	8,0	10,0
	A veces	29	29,0	29,0	39,0
	Casi siempre	47	47,0	47,0	86,0
	Siempre	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

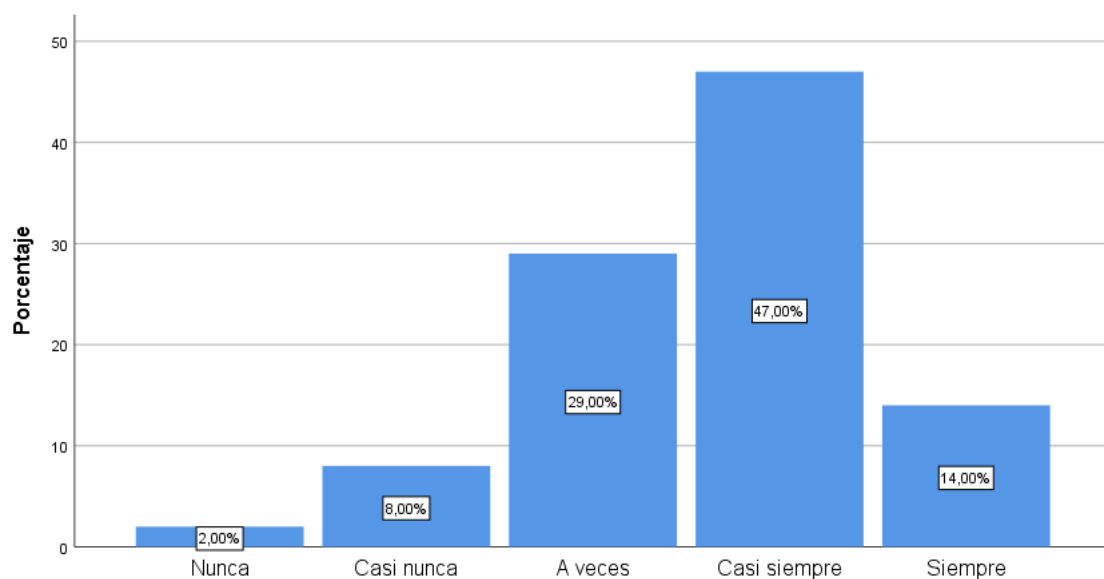


Gráfico 7: *Considero que la empresa me motiva resaltando mi desempeño ante mis compañeros.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 14% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que el jefe siempre dirige con responsabilidad cada área que conforma la empresa, un 47% del total casi siempre, un 29% a veces, un 8% casi nunca y un 2% consideran que la empresa nunca motiva al trabajador resaltando el desempeño ante los compañeros.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 51% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que consideran que el jefe siempre dirige con responsabilidad cada área que conforma la empresa, y a diferencia de un 9% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla 8**

*Considero que la información que la empresa comunica es clara y concisa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	7	7,0	7,0	7,0
	A veces	34	34,0	34,0	41,0
	Casi siempre	46	46,0	46,0	87,0
	Siempre	13	13,0	13,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

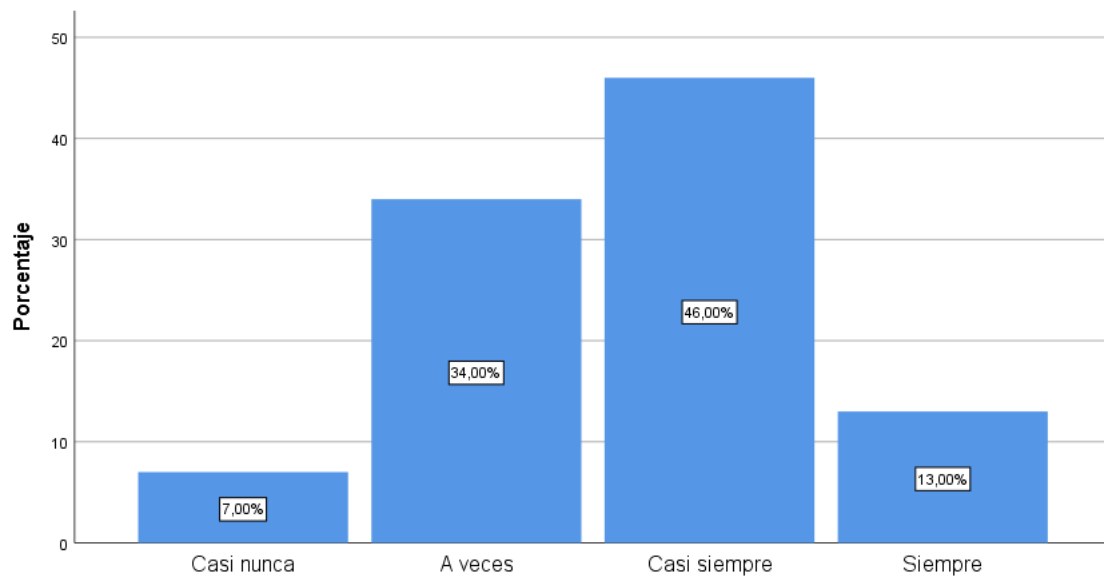


Gráfico 8: *Considero que la información que la empresa comunica es clara y concisa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 13% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que la información que comunica la empresa siempre es clara y concisa, un 46% del total casi siempre, un 34% a veces, un 8% casi nunca y un 7% consideran que la información que comunica la empresa nunca es clara y concisa.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 59% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que consideran que la información que comunica la empresa siempre es clara y concisa, y a diferencia de un 9% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa

**Tabla 9**

*Me siento motivado trabajando bajo una buena comunicación con mis compañeros.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,0	1,0	1,0
	Casi nunca	9	9,0	9,0	10,0
	A veces	26	26,0	26,0	36,0
	Casi siempre	43	43,0	43,0	79,0
	Siempre	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

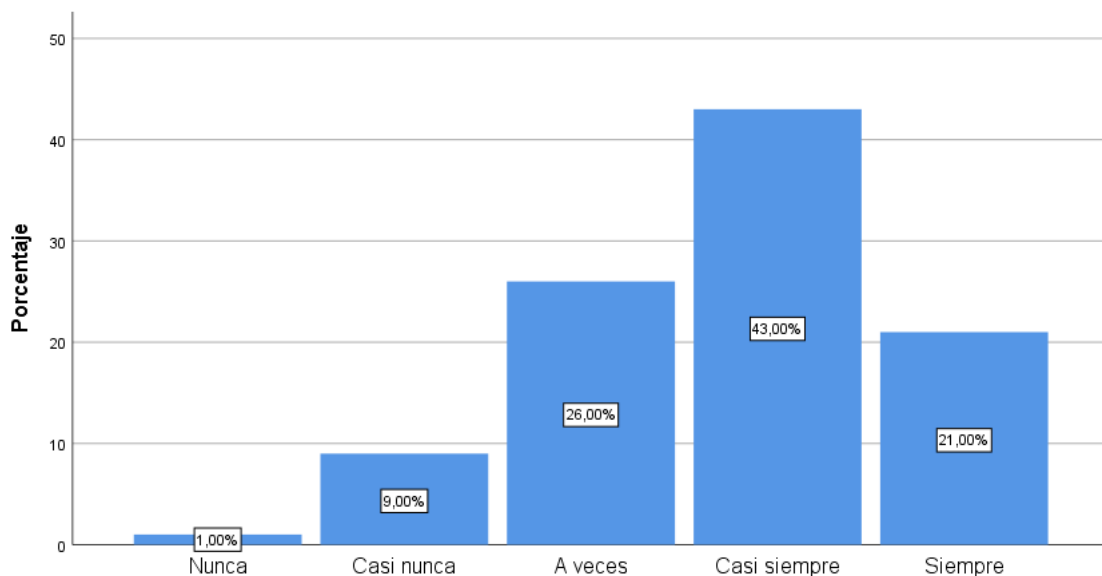


Gráfico 9: *Me siento motivado trabajando bajo una buena comunicación con mis compañeros.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 21% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que el trabajador siempre se siente motivado bajo una buena comunicación con sus compañeros, un 43% del total casi siempre, un 26% a veces, un 9% casi nunca y un 1% consideran que el trabajador nunca se siente motivado trabajando bajo una buena comunicación con sus compañeros.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 64% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que consideran que el trabajador siempre se siente motivado bajo una buena comunicación con sus compañeros, y a diferencia de un 10% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla 10**

*Considero que trabajo eficazmente junto a mis compañeros.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,0	1,0	1,0
	Casi nunca	3	3,0	3,0	4,0
	A veces	29	29,0	29,0	33,0
	Casi siempre	45	45,0	45,0	78,0
	Siempre	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

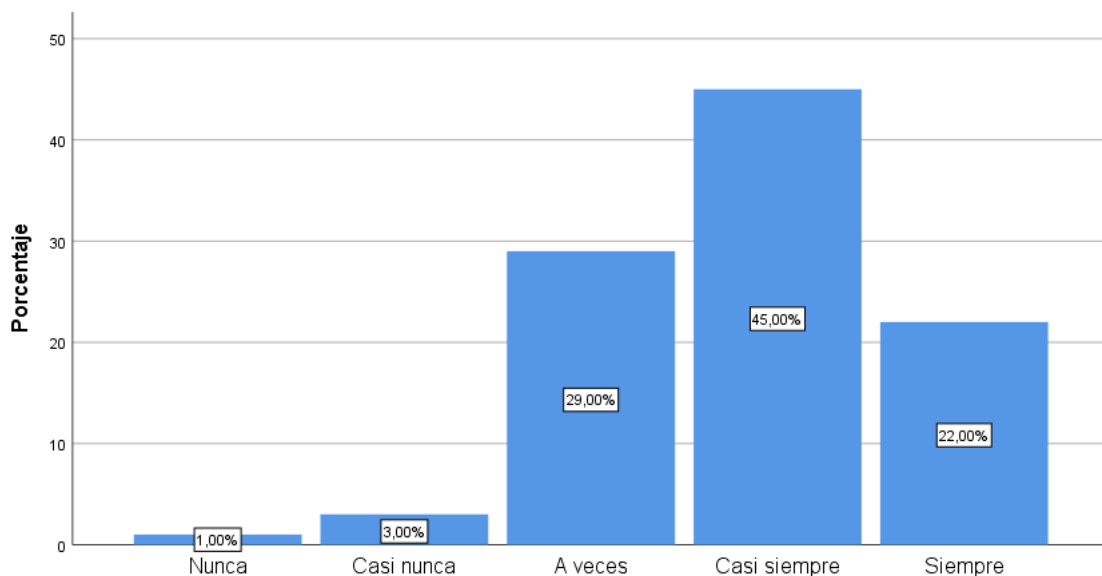


Gráfico 10: *Considero que trabajo eficazmente junto a mis compañeros.*

**Descripción:** Descripción: Del presente gráfico, se observa que un 22% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que siempre trabaja eficazmente junto a sus compañeros, un 45% del total casi siempre, un 29% a veces, un 3% casi nunca y un 1% consideran que el trabajador nunca trabaja eficazmente con sus compañeros.

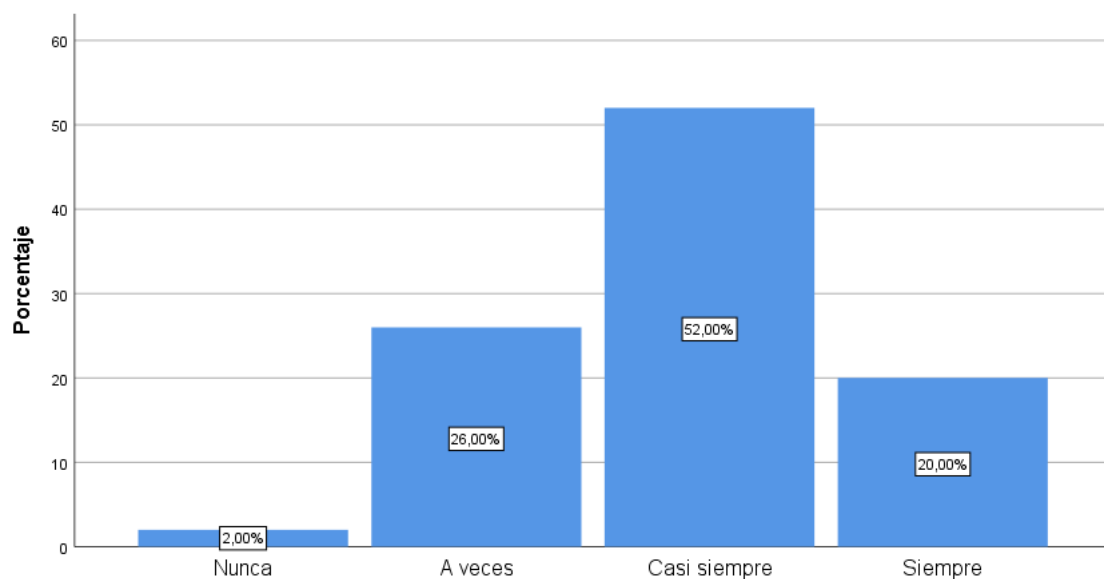
**Interpretación:** Podemos inferir que un 67% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que siempre trabaja eficazmente junto a sus compañeros, y a diferencia de un 4% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa

**Tabla 11**

*Considero que la comunicación entre mis compañeros es positiva.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	2,0	2,0	2,0
	A veces	26	26,0	26,0	28,0
	Casi siempre	52	52,0	52,0	80,0
	Siempre	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 11: Considero que la comunicación entre mis compañeros es positiva.*

**Descripción:** Descripción: Del presente gráfico, se observa que un 20% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A consideran que siempre hay comunicación positiva entre sus compañeros, un 52% del total casi siempre, un 26% a veces, un 3% casi nunca y un 1% consideran que el trabajador nunca trabaja eficazmente con sus compañeros.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 67% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que siempre trabaja eficazmente junto a sus compañeros, y a diferencia de un 4% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla 12**

*Considero que la comunicación entre los jefes es positiva.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	3,0	3,0	3,0
	Casi nunca	6	6,0	6,0	9,0
	A veces	33	33,0	33,0	42,0
	Casi siempre	39	39,0	39,0	81,0
	Siempre	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

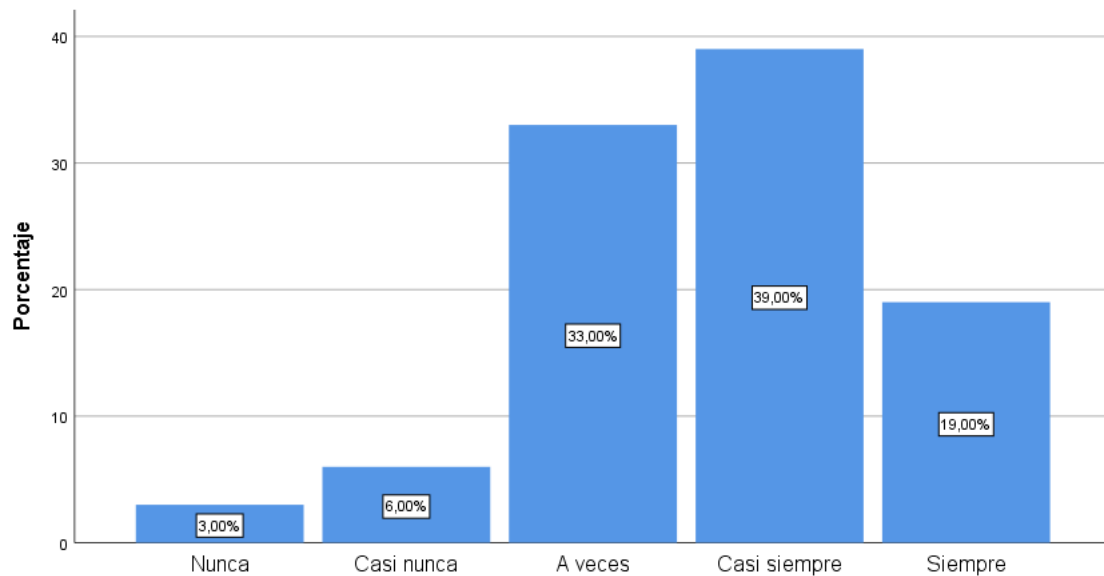


Gráfico 12: *Considero que la comunicación entre los jefes es positiva.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 19% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A consideran que la comunicación entre los jefes siempre es positiva, un 39% del total casi siempre, un 33% a veces, un 6% casi nunca y un 3% consideran que la comunicación entre los jefes nunca es positiva.

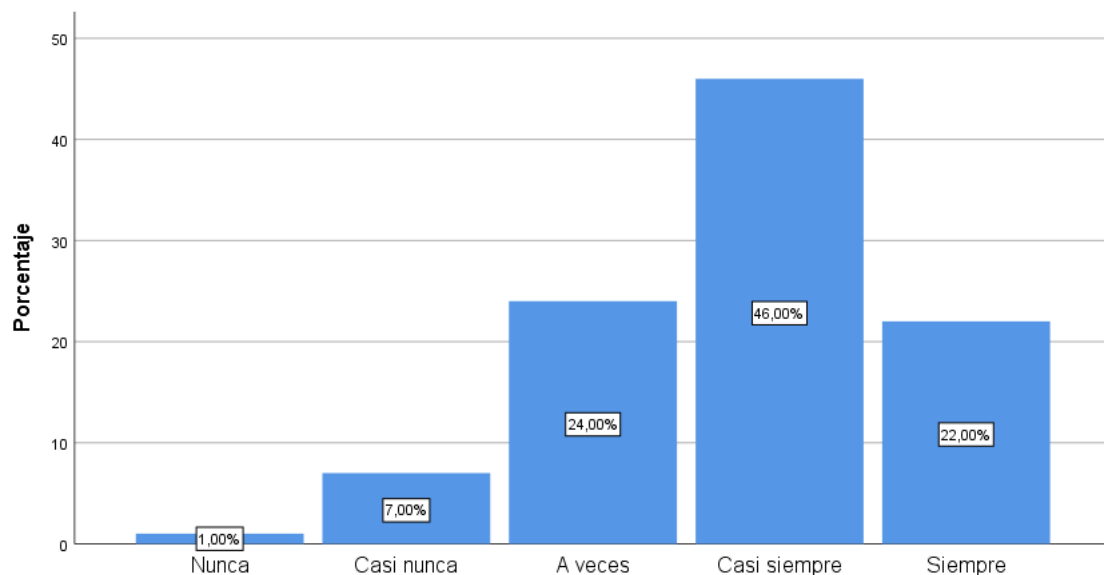
**Interpretación:** Podemos inferir que un 58% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que la comunicación entre los jefes siempre es positiva, y a diferencia de un 9% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa

**Tabla 13**

*Considero que mi trato hacia mis compañeros es buena.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,0	1,0	1,0
	Casi nunca	7	7,0	7,0	8,0
	A veces	24	24,0	24,0	32,0
	Casi siempre	46	46,0	46,0	78,0
	Siempre	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 13: Considero que mi trato hacia mis compañeros es buena.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 22% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A consideran que el trato hacia sus

compañeros siempre es bueno, un 46% del total casi siempre, un 24% a veces, un 7% casi nunca y un 1% consideran que la comunicación entre los jefes nunca es positiva.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 68% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que el trato hacia sus compañeros siempre es bueno, y a diferencia de un 8% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla 14**

*Considero que el trato que me dan mis compañeros hacia mi persona es buena.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	6	6,0	6,0	8,0
	A veces	26	26,0	26,0	34,0
	Casi siempre	45	45,0	45,0	79,0
	Siempre	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

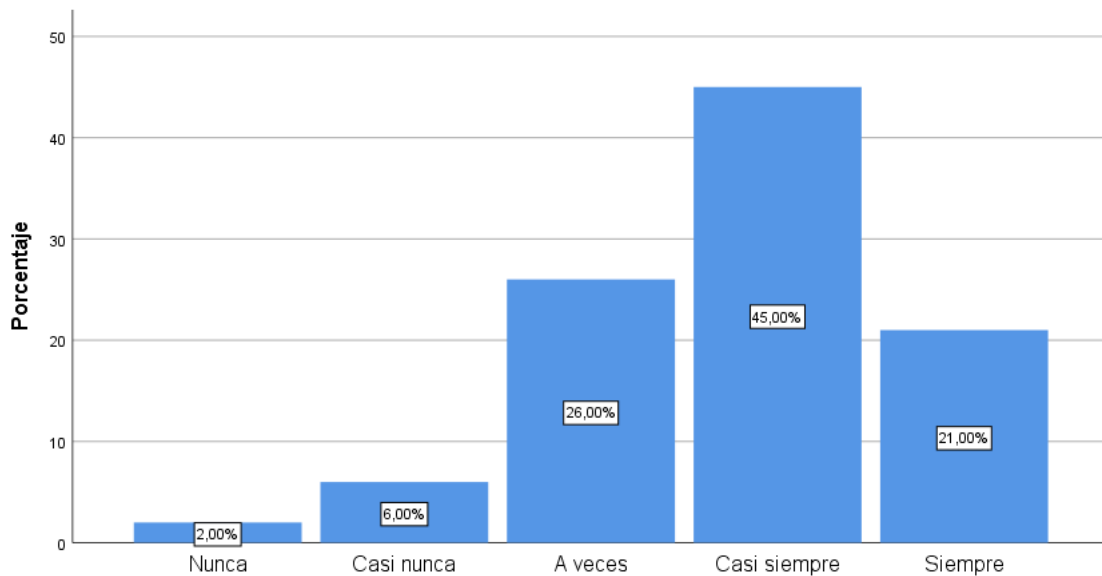


Gráfico 14: *Considero que el trato que me dan mis compañeros hacia mi persona es buena.*



**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 21% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A consideran que el trato que le dan sus compañeros hacia su persona siempre es bueno, un 45% del total casi siempre, un 26% a veces, un 6% casi nunca y un 2% consideran que el trato que le dan sus compañeros hacia su persona nunca es bueno.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 66% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que el trato que le dan sus compañeros hacia su persona siempre es bueno, y a diferencia de un 8% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa

**Tabla 15**

*Considero que mi jefe toma en cuenta mis opiniones a la hora de tomar decisiones en la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,0	1,0	1,0
	Casi nunca	14	14,0	14,0	15,0
	A veces	29	29,0	29,0	44,0
	Casi siempre	44	44,0	44,0	88,0
	Siempre	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

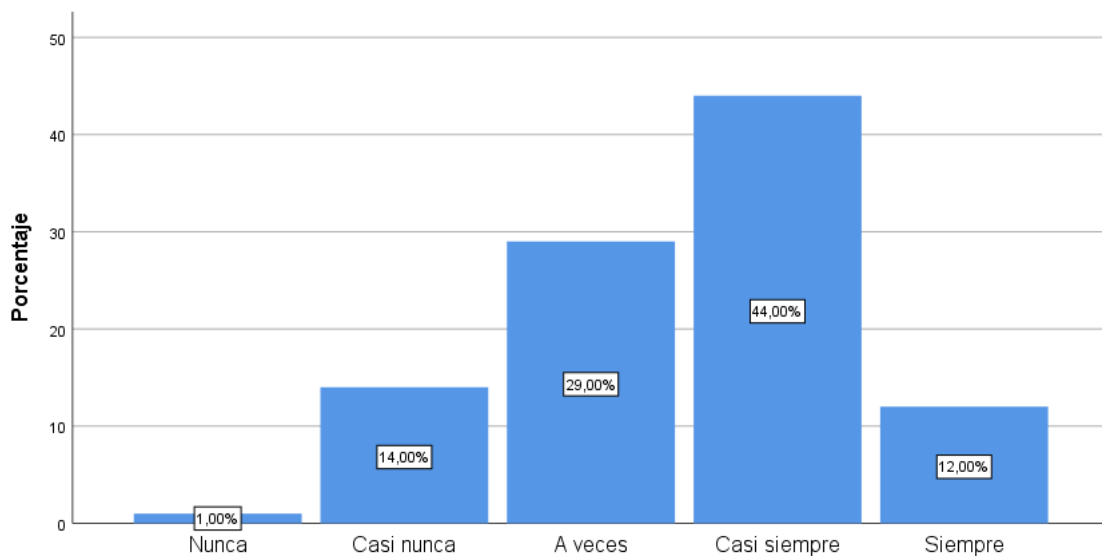


Gráfico 15: *Considero que mi jefe toma en cuenta mis opiniones a la hora de tomar decisiones en la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 12% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A consideran que el jefe toma en cuenta siempre las opiniones del trabajador la hora de tomar decisiones en la empresa, un 44% del total casi siempre, un 29% a veces, un 14% casi nunca y un 1% consideran que el trato que le dan sus compañeros hacia su persona nunca es bueno.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 56% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que el jefe siempre toma en cuenta las opiniones del trabajador la hora de tomar decisiones en la empresa, y a diferencia de un 15% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla 16**

*Considero que el jefe toma en cuenta las opiniones de mis compañeros a la hora de tomar decisiones en la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	7	7,0	7,0	9,0
	A veces	30	30,0	30,0	39,0
	Casi siempre	47	47,0	47,0	86,0
	Siempre	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

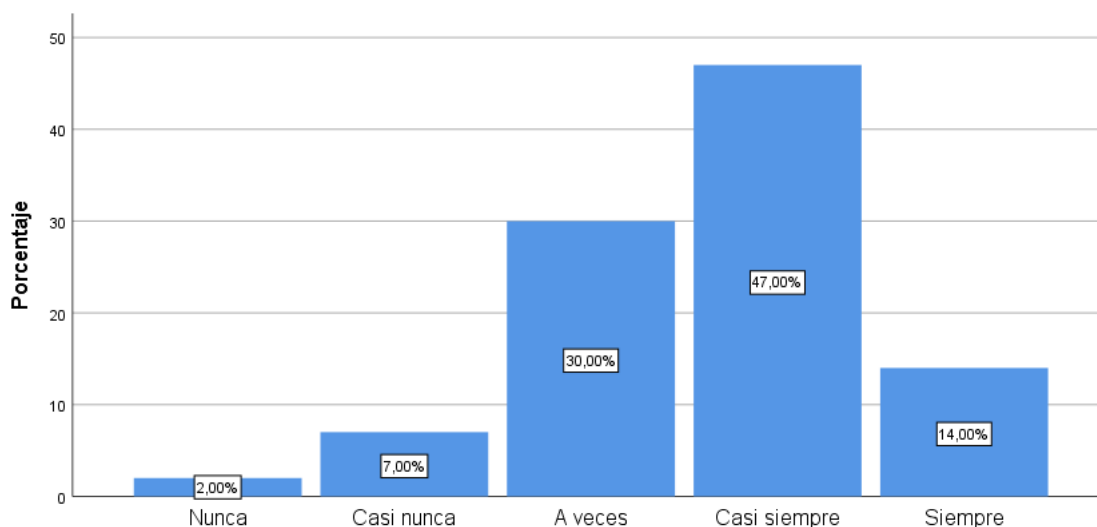


Gráfico 16: *Considero que el jefe toma en cuenta las opiniones de mis compañeros a la hora de tomar decisiones en la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 14% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A consideran que el jefe siempre toma en cuenta las opiniones de los trabajadores de sus compañeros a la hora de tomar decisiones en la empresa, un 47% del total casi siempre, un 30% a veces, un 7% casi nunca y un 2% consideran que el jefe nunca toma en cuenta las opiniones de los trabajadores de sus compañeros a la hora de tomar decisiones en la empresa.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 61% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que el jefe siempre toma en cuenta las opiniones de los trabajadores de sus compañeros a la hora de tomar decisiones en la empresa, y a diferencia de un 9% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla 17**

*Considero que mi jefe me escucha cuando detecto un problema que presenta la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	3,0	3,0	3,0
	Casi nunca	11	11,0	11,0	14,0
	A veces	32	32,0	32,0	46,0
	Casi siempre	41	41,0	41,0	87,0
	Siempre	13	13,0	13,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

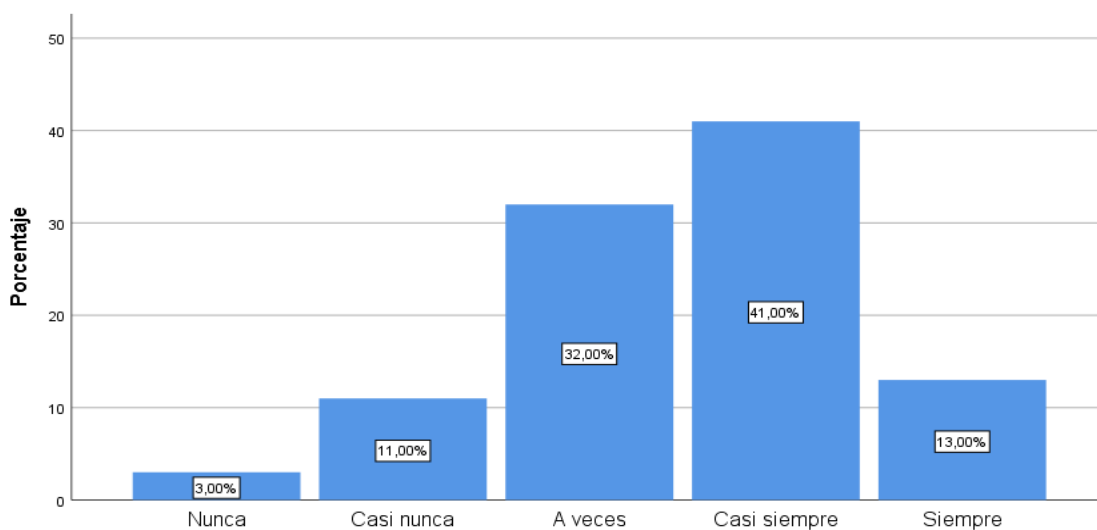


Gráfico 17: *Considero que mi jefe me escucha cuando detecto un problema que presenta la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 13% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A consideran que el jefe siempre escucha al trabajador cuando detecta un problema que presenta la empresa, un 41% del total casi siempre, un 32% a veces, un 11% casi nunca y un 3% consideran que el jefe nunca escucha al trabajador cuando detecta un problema que presenta la empresa.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 54% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que el jefe siempre escucha al trabajador cuando detecta un problema que presenta la empresa, y a diferencia de un 14% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa

**Tabla 18**

*Considero que mi jefe escucha a mis compañeros cuando estos detectan un problema que presenta la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,0	1,0	1,0
	Casi nunca	6	6,0	6,0	7,0
	A veces	37	37,0	37,0	44,0
	Casi siempre	44	44,0	44,0	88,0
	Siempre	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

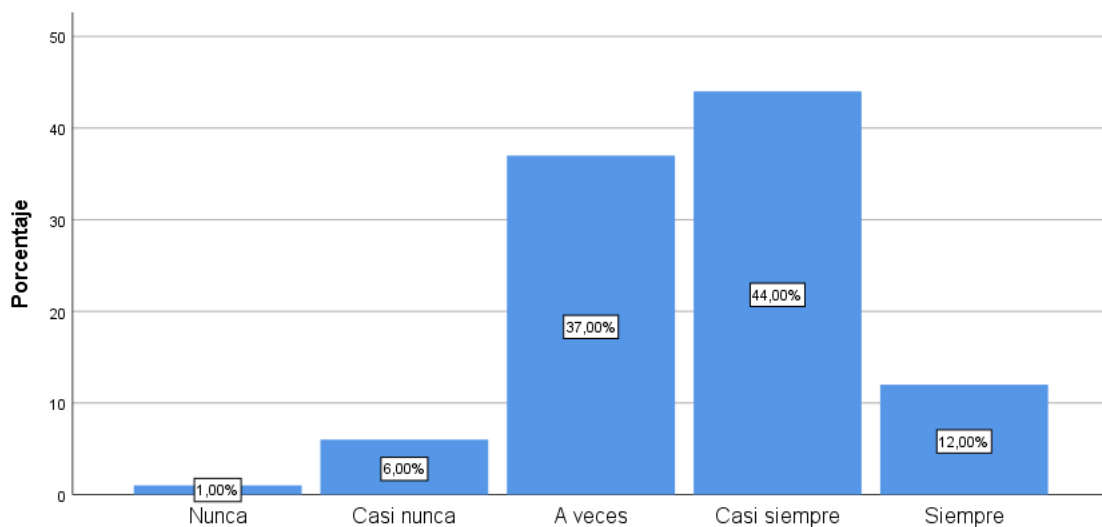


Gráfico 18: *Considero que mi jefe escucha a mis compañeros cuando estos detectan un problema que presenta la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 12% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A consideran que el jefe siempre escucha a los trabajadores cuando detecta un problema que presenta la empresa, un 37% del total casi siempre, un 37% a veces, un 6% casi nunca y un 1% consideran que el jefe nunca escucha a los trabajadores cuando detecta un problema que presenta la empresa.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 56% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que el jefe siempre escucha a los trabajadores cuando detecta un problema que presenta la empresa, y a diferencia de un 7% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla 19**

*Considero que mi jefe me escucha cuando propongo soluciones a los problemas que presenta la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,0	1,0	1,0
	Casi nunca	10	10,0	10,0	11,0
	A veces	28	28,0	28,0	39,0
	Casi siempre	48	48,0	48,0	87,0
	Siempre	13	13,0	13,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

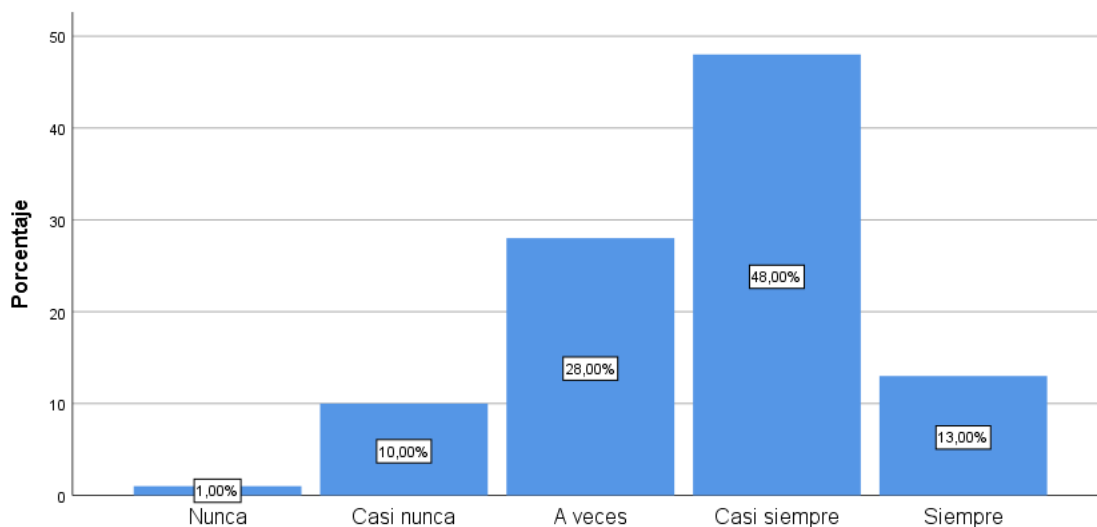


Gráfico 19: *Considero que mi jefe me escucha cuando propongo soluciones a los problemas que presenta la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 13% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A consideran que el jefe siempre escucha al trabajador cuando detecta un problema que presenta la empresa, un 48% del total casi siempre, un 28% a veces, un 10% casi nunca y un 1% consideran que el jefe nunca escucha al trabajador cuando detecta un problema que presenta la empresa.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 56% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que el jefe siempre escucha al trabajador cuando detecta un problema que presenta la empresa, y a diferencia de un 11% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

**Tabla 20**

*Considero que mi jefe escucha a mis compañeros cuando proponen soluciones que presenta la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	3	3,0	3,0	5,0
	A veces	27	27,0	27,0	32,0
	Casi siempre	50	50,0	50,0	82,0
	Siempre	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

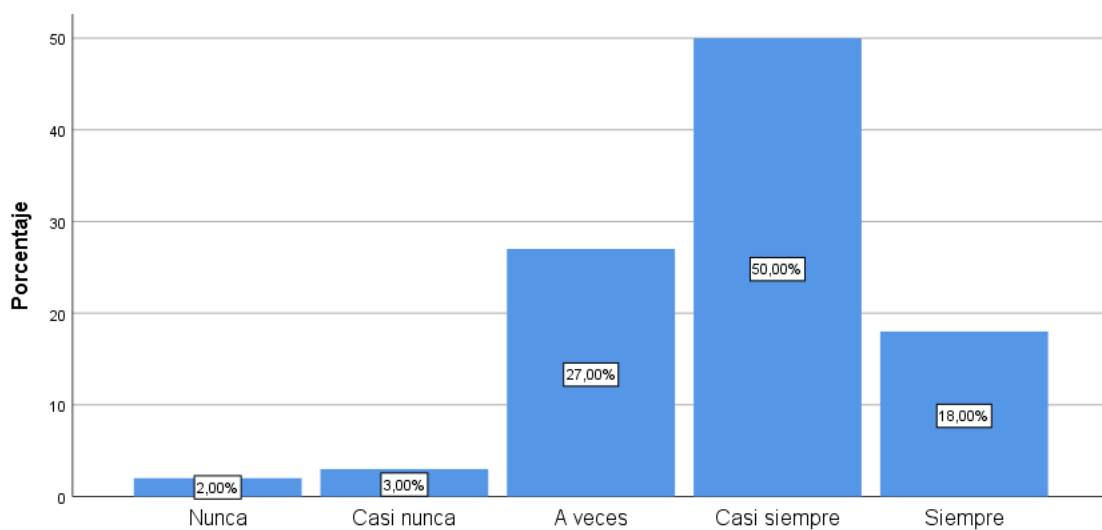


Gráfico 20: *Considero que mi jefe escucha a mis compañeros cuando proponen soluciones que presenta la empresa.*

**Descripción:** Del presente gráfico, se observa que un 18% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A consideran que el jefe siempre escucha a los trabajadores cuando detecta un problema que presenta la empresa, un 50% del total casi siempre, un 27% a veces, un 3% casi nunca y un 1% consideran que el jefe nunca escucha a los trabajadores cuando detecta un problema que presenta la empresa.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 68% del total de colaboradores de la empresa Rabbit Glass S.A afirmaron que el jefe siempre escucha a los trabajadores cuando detecta un problema que presenta la empresa, y a diferencia de un 5% que afirmaron lo contrario, puesto que esta minoría pertenece al personal nuevo de la empresa.

## Anexo 14: Solicitud de consentimiento – Rabbit Glass S.A.

Los Olivos, 26 de Julio del 2021

Señor:

**Hugo Méndez Aguirre**  
Gerente General de RABBIT GLASS S.A

Presente

Asunto: **Conocimiento informado**

Nos es muy grato dirigirnos a usted para informarle que somos Cahua Alcedo, Kimberly y Granda Alarcón, Jefferson, estudiantes de X ciclo de la universidad Cesar Vallejo de la escuela académica Ciencias de la Comunicación Lima Norte, y hacer de su conocimiento que estamos realizando un proyecto de investigación para obtener el grado de Licenciados.

Nuestro proyecto de investigación titulado **“Valoración de los flujos de comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021”** ya que hacemos mención de la empresa RABBIT GLASS S.A en dicho proyecto, y siendo imprescindible contar con su aprobación para así realizar el estudio correspondiente, y dicha información podrá ser beneficiada a favor de ustedes

Esperando que la respuesta sea positiva, nos despedimos de usted.

Atentamente



## Anexo 15: Solicitud de consentimiento – Corporation S.A.C.

Los Olivos, 26 de Julio del 2021

Señor:

**Julio Sotelo Diestra**

Sub ~~Gerente~~ CORPORATION S.A.C

Presente

**Asunto: Conocimiento informado**

Nos es muy grato dirigirnos a usted para informarle que somos Cahua Alcedo, Kimberly y Granda Alarcón, Jefferson estudiantes de X ciclo de la universidad Cesar Vallejo de la escuela académica Ciencias de la Comunicación Lima Norte, y hacer de su conocimiento que estamos realizando un proyecto de investigación para obtener el grado de Licenciados.

Nuestro proyecto de investigación titulado **“Valoración de los flujos de comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021”** ya que hacemos mención de la empresa CORPORATION S.A.C en dicho proyecto, y siendo imprescindible contar con su aprobación para así realizar el estudio correspondiente, y dicha información podrá ser beneficiada a favor de ustedes

Esperando que la respuesta sea positiva, nos despedimos de usted.

Atentamente

## Anexo 16: Respuesta de solicitud de consentimiento – Corporation S.A.C.



Estimados:

Jefferson Granda

Kimberly ~~Cahua~~ Alcedo

**Asunto:** Autorización para la realización del proyecto de investigación "Valoración de los flujos de comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021"

Presente. -

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes, luego de haber recibido la carta la "Conocimiento informado" que fue recibido el día 18 de noviembre del 2021, donde solicitan el uso del nombre de la empresa CORPORATION S.A.C para realización de su proyecto de investigación titulado: "Valoración de los flujos de comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021" y además de los estudios respectivos, para así, obtener el grado de Licenciados en Ciencias de la Comunicación

Hago conocimiento que autorizo el uso del nombre de la empresa e imagen CORPORATION S.A.C para que puedan realizar todos los estudios que ustedes requieran y usar las herramientas e instrumentos necesarios.

Se expide el presente documento para los fines interesados crean convenientes.



Julio Sotelo Diestra  
Sub. Gerente

## Anexo 17: Respuesta de solicitud de consentimiento – Rabbit Glass S.A.

**RABBIT GLASS S.A.**  
NUESTRA PRIORIDAD ES SU SEGURIDAD

### Carta de autorización: Uso de nombre e imagen de la empresa

#### Señor(es):

Jefferson Granda Alarcón  
Kimberly Cahua Alcedo

Dirigiéndome a ustedes para responder la carta con la solicitud de dar uso el nombre de la empresa para fines educativos ya que están realizando su proyecto de investigación “Valoración de los flujos de comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021” y través de este documento autorizo usar el nombre e imagen de la empresa RABBIT GLASS S.A y demás información para realización de estudios e investigación que ustedes requieran.

Saludando cordialmente deseo éxitos en su carrera profesional, asimismo se emite este documento para fines que ustedes crean convenientes.

Lima, 27 de Julio del 2021



Hugo Méndez Aguirre  
Gerente General



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, MONTENEGRO DIAZ DENIS JOSE, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "VALORACIÓN DE LOS FLUJOS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN COLABORADORES DE DOS EMPRESAS DE MANUFACTURAS DE LIMA NORTE, 2021.", cuyos autores son CAHUA ALCEDO KIMBERLY GISBEL, GRANDA ALARCON JEFFERSON BRAYAN, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 05 de Diciembre del 2021

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
MONTENEGRO DIAZ DENIS JOSE <b>DNI:</b> 25768012 <b>ORCID</b> 0000-0001-7448-8051	Firmado digitalmente por: DJMONTENEGROM el 05-12-2021 17:02:41

Código documento Trilce: TRI - 0207513