



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación interna en la empresa Dynamicall en
los colaboradores del área de operaciones,
Independencia, 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA:

Hurtado Hernández, Judith Stephanie (orcid.org/0000-0001-6063-8792)

ASESORA:

Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa (orcid.org/0000-0003-4279-0154)

CO-ASESOR:

Mg. Gómez Díaz, Rubén Luis (orcid.org/0000-0003-4703-2475)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2021

DEDICATORIA

A mi familia, por ser mi inspiración y fuerza para continuar cumpliendo mis metas y anhelos más deseados.

A mis padres, Jackeline, Carlos y Moisés, por su amor y paciencia, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y ser lo que soy. Es un privilegio tenerlos en mi vida.

A mis hermanos, por estar siempre conmigo, escuchándome, acompañándome y empujándome a llegar a este momento.

Y todas las personas que me han apoyado para lograr que este trabajo finalice con éxito, en especial a todos los que nos compartieron sus conocimientos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la vida por dejarme llegar hasta este momento, por permitirme ver el orgullo que siente hoy mi familia, por mi persona.

Agradezco a mis padres: Jackeline, Carlos y Moisés, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por sus grandes consejos, por sus valores y principios impartidos.

Agradezco a mis docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi hermosa profesión, de igual manera agradezco a mis asesores Mg. Obed Matías, Mg. Mariela Pariona y Mg. Rubén Gómez, Lic. Milagros Mogollón, por su paciencia y apoyo en este proceso.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

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 (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos	18
3.6. Método de análisis de datos	18
3.7. Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS.....	21
V. DISCUSIÓN.....	25
VI. CONCLUSIONES.....	30
VII. RECOMENDACIONES.....	31
REFERENCIAS	32
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: <i>Profesionales especializados en Comunicación Corporativa</i>	16
Tabla 02: <i>Medición de validez con el coeficiente V de Aiken</i>	16
Tabla 03: <i>Resumen del procesamiento de los casos</i>	17
Tabla 04: <i>Estadísticos de fiabilidad</i>	17
Tabla 05: <i>Valores del Alfa de Cronbach</i>	17
Tabla 06: <i>Variable Independiente “Comunicación Interna de la empresa Dynamicall”</i>	21
Tabla 07: <i>Dimensión 1 “Comunicación Intrapersonal de la empresa Dynamicall”</i>	22
Tabla 08: <i>Dimensión 2 “Comunicación Interpersonal de la empresa Dynamicall”</i>	23
Tabla 09: <i>Dimensión 3 “Comunicación Eficaz de la empresa Dynamicall”</i>	24

RESUMEN

La presente investigación centra por objeto, el conocer la manera en qué, está la comunicación interna presente en la empresa Dynamicall, principalmente, en los colaboradores del área de operaciones, Independencia, 2021.

Con un tipo básico de investigación, se realiza la investigación con un enfoque cuantitativo, aplicándose un nivel descriptivo simple de diseño no experimental y corte transversal.

Para la recopilación de datos se llevó a cabo la aplicación del cuestionario en la muestra censal comprendida, por los 100 colaboradores del área de operaciones de la empresa de contact center Dynamicall.

Por último, con la investigación se concluye la existencia de una asertiva comunicación interna en el área de operaciones de la empresa Dynamicall gracias al promedio alcanzado del 79.7%, el cual se obtiene principalmente por la reconocida presencia de una óptima gestión y seguimiento de la comunicación interna en sus dimensiones intrapersonal, interpersonal y eficaz entre la junta directiva y colaboradores en el área de operaciones de la empresa Dynamicall.

Palabra clave: Comunicación interna, comunicación, interna.

ABSTRACT

The object of this research is to know the way in which internal communication is present in the Dynamical company, mainly, in the collaborators of the operations area, Independencia, 2021.

With a basic type of investigation, the investigation is carried out with a quantitative approach, applying a simple descriptive level of non-experimental design and cross section.

For data collection, the questionnaire was applied in the census sample comprised by the 100 employees from the operations area of the Dynamical contact center company.

Finally, the research concludes the existence of an assertive internal communication in the operations area of the Dynamical company thanks to the average reached of 79.7%, which is obtained mainly by the recognized presence of an optimal management and monitoring of communication internal in its intrapersonal, interpersonal and effective dimensions between the board of directors and collaborators in the operations area of the Dynamical company.

Keyword: Internal communication, communication, Internal.

I. INTRODUCCIÓN

La comunicación es indudablemente un accionar esencial para el crecimiento y desarrollo del hombre en la sociedad. Resultando imposible no considerarla como una gran influencia en el nivel de interacción propio del ser humano con la comunidad que lo rodea. De ahí que, se focaliza la comunicación como un núcleo interno vital en el mercado laboral que potencia los índices individuales y colectivos de productividad del hombre en su centro de trabajo.

Las empresas, a nivel mundial, identifican el resultado ofrecido por el buen manejo de la comunicación y su valor, por lo cual, incentivan estratégicamente una comunicación interna que impulse no solo su producción y ganancias sino también su imagen y reputación, generadas por sus clientes, quienes tratan directamente con la fuerza de venta de la organización.

No obstante, en cuanto al contexto mundial, con nuevas tecnologías y una pandemia por COVID-19, no todas las organizaciones vienen enfocándose en optimizar el manejo de las vías comunicacionales tradicionales y digitales para así, lograr una asertiva evolución de sus relaciones con sus trabajadores y sus respectivos niveles de rendimiento en su trabajo remoto.

Para Oyarvide, Reyes y Montaña (2017) la comunicación interna es una herramienta estratégica que brinda superioridad al impulsar los índices de trabajo, competencia y éxito empresarial. (p. 297). De manera análoga, Julieth (2019) añade que, la comunicación interna tiene por objeto, el potenciar la calidad de la rentabilidad, pero en especial, reducir los plazos para el logro de metas empresariales. (p. 1).

Sin embargo, en el Perú, la gestión de la comunicación interna viene siendo desplazada de las principales prioridades de una institución. (Trujillo, 2017, p. 2). Evidenciándose en muchas organizaciones, conflictos por la deficiente interacción entre sus colaboradores, comprensión de tareas, mal uso de recursos, y por encima de todo, postergaciones en el cumplimiento de

su trabajo, productividad y metas empresariales.

Es por ello que, respecto a la empresa multicanal de contact center “Dynamicall”, presente en el mercado nacional gestionando servicios de telecomunicaciones, se reconoce parcialmente una gestión y soporte a su comunicación interna como una acción habitual e innovadora en función a su misión y visión, las cuales radican en la integración constante de procesos estratégicos que permitan una planificación, organización, control y regulación de las labores de teletrabajo realizadas tanto por la alta dirección, gerencia y colaboradores en general, en relación a medir el cumplimiento de los objetivos corporativos.

De forma semejante, se observa en el desarrollo del trabajo remoto, la carencia de espacios y oportunidades de diálogo entre los colaboradores y directivos que propicien una comunicación abierta e inclusiva en relación a poseer una sólida base de información y comunicación desarrollada; reflejándose así, los problemas de una empresa como la poca interacción con sus colaboradores, inclusive la baja preocupación por efectuar cambios claves para el logro de sus objetivos en menores plazos.

En suma, una comunicación interna positiva en la empresa Dynamicall, favorecería la formación, desarrollo y expansión del talento humano. Así como, la proactividad de su desempeño y la superación de objetivos empresariales en menores plazos, mediante una idónea relación cada vez más directa entre la junta directiva con sus colaboradores durante el desarrollo del trabajo.

En base a lo descrito, se expone la siguiente **problemática de investigación**: ¿De qué manera se presenta la comunicación interna en la empresa Dynamicall en los colaboradores del área de operaciones, Independencia, 2021?

Del mismo modo, se suscriben los siguientes **problemas específicos**, en concordancia el Modelo de Metodología de la Comunicación 1A planteado por Tessi (s.f., citado por Trujillo, 2017, p. 22): ¿De qué manera se presenta la comunicación intrapersonal de la empresa Dynamicall en los

colaboradores del área de operaciones, Independencia, 2021? Así como ¿De qué manera se presenta la comunicación interpersonal de la empresa Dynamicall en los colaboradores del área de operaciones, Independencia, 2021? Y finalmente, ¿De qué manera se presenta la comunicación eficaz de la empresa Dynamicall en los colaboradores del área de operaciones, Independencia, 2021?

La justificación **teórica** de la presente investigación, revela la finalidad de generar con la aplicación del Modelo de Metodología de la Comunicación 1A, mayores aportes y bases de referencia para estudios relacionados a medir el comportamiento de la variable comunicación interna; para lograr, propiciar la creación de estrategias y técnicas que beneficien el desarrollo de la misma.

Considerando el **valor metodológico** se desarrolla como una investigación descriptiva simple de enfoque cuantitativo. Siendo toda la información de la variable, expuesta sin alteración o manipulación en las matrices del estudio.

Desde lo **práctico** y **social**, los resultados de la investigación serán publicados en una base sistemática con el objetivo de que estén disponibles para futuros análisis vinculados a la comunicación interna.

Seguidamente, se detalla el **objetivo principal de la investigación** en respuesta a la problemática principal de la misma: Determinar la manera en que, está presente la comunicación interna de la empresa Dynamicall en los colaboradores del área de operaciones, Independencia, 2021. Por último, se describen los siguientes **objetivos específicos**: Determinar la manera en que, está presente la comunicación intrapersonal de la empresa Dynamicall en los colaboradores del área de operaciones, Independencia, 2021. Determinar la manera en que, está presente la comunicación interpersonal de la empresa Dynamicall en los colaboradores del área de operaciones, Independencia, 2021. Determinar la manera en que, está presente la comunicación eficaz de la empresa Dynamicall en los colaboradores del área de operaciones, Independencia 2021.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se exponen como antecedentes, trabajos realizados a nivel nacional e internacional.

En primer lugar, Bocero (2021) en su artículo *“El valor de la comunicación interna”* infiere que la comunicación interna ha adquirido con la pandemia, un mayor valor y trascendencia en las diversas organizaciones, las cuales vienen gestionando modificaciones estratégicas para realizar un óptimo proceso de comunicación interna, el mismo que inicia con una alta investigación y planificación, regulación y monitoreo de las interacciones y labores del personal.

Seguidamente, Castro y Díaz (2020) en su trabajo *“Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española”* plantean por objetivo, el identificar la asociación entre la comunicación interna con la gestión del bienestar y felicidad vigente en la institución española. Tras aplicar un diseño metodológico mixto, los autores mencionan que, a pesar de que, la comunicación interna todavía es gestionada por el área de recursos humanos de una empresa, viene experimentando en los últimos años, un mayor desarrollo gracias al empleo de herramientas estratégicas vinculadas a las constantes novedades tecnológicas, concluyendo que, el objeto de incentivar la participación de los colaboradores, su motivación y bienestar laboral tras identificarse que, sus niveles de productividad están asociados a su felicidad y comunicación entre compañeros y/o colegas.

Del mismo modo, Castro, Sosa y Galarza (2020) en su investigación *“Comunicación interna, compromiso y bienestar de la plantilla: el caso de Admiral Seguros”* presenta como objeto el determinar la estrategia comunicacional a nivel interno que fomenta el bienestar y felicidad de sus trabajadores. Con un enfoque cuantitativo y nivel descriptivo correlacional, los autores comentan que, la comunicación interna es un valor agregado esencial e intangible que posibilita a las organizaciones. Infieren que, el posicionarse dentro del mercado, poseer un óptimo clima laboral y altos niveles de rentabilidad gracias a la interacción entre los trabajadores, quienes han logrado

relacionarse emocionalmente con la institución.

En tal sentido, Pezo, Vargas y Gallardo (2020) en su artículo *“Comunicación interna, cultura organizacional y promoción de la Salud: La visión de los promotores peruanos de salud”* tiene por objeto de estudio, el analizar la regulación de la comunicación interna de una institución médica privada en la promoción de una cultura organizacional enfocada en el bienestar de sus empleados.

En función a un diseño fenomenológico-hermenéutico, los autores desarrollaron la entrevista semiestructura para lograr exponer que, en los últimos años, la comunicación interna va más allá de sólo mensajes, tras centrar sus labores en impulsar la cultura organizacional, niveles de diálogo, actividades de inclusión del colaborador y participación en la toma de decisiones corporativas, deduciendo tales acciones a fin de promover sus índices de trabajo y productividad de la empresa.

A su vez, Miquel y Aced (2019) en su trabajo *“Objectives and difficulties in the evaluation of internal communication in Spanish companies”* cuentan por objeto el analizar los conceptos valorados por el área de comunicación interna en función al nivel de efectividad y capacidad del personal de su área. Las autoras aplicaron un enfoque cuantitativo de nivel descriptivo a su estudio, en donde, explican que, para una constante evolución de la comunicación interna, no sólo se requiere el interés de los gerentes empresariales, sino infieren que también se necesita de un correcto control y evaluación de la comunicación e integración entre los empleados, con el fin de analizar y medir los aportes individuales de los mismos en función al logro de objetivos.

Por su parte, González, Rincón, y Viñaras (2019) en su investigación *“La Comunicación Interpersonal y la Comunicación Interna en las empresas: Un análisis desde la profesión y la Universidad”* presenta como objetivo, el identificar la condición actual del nivel de CI de las organizaciones y la trascendencia del rol del área de CI en el desarrollo de una comunicación interpersonal. Apoyados en un enfoque cuantitativo de nivel descriptivo correlacional, los autores reconocen a la comunicación interna como parte de la

Comunicación Corporativa que suele llevarse a cabo de una manera dilatada pero sucesiva. Los mismos, infieren que, la comunicación interna permite el escuchar las demandas de los colaboradores, brindar óptimos espacios de trabajo, y actividades integradoras que incentiven la formación y competencia de los colaboradores y su rendimiento laboral.

Así también, Vivas y Saavedra (2019) en su artículo *“Comunicación interna en la calidad de la gestión administrativa Liceo Técnico Amelia Courbis, Talca 2018”* centra su objeto de estudio por determinar la relación de causa-efecto entre la CI y la calidad de la gestión administrativa de la institución chilena. Por ello, los autores desempeñaron un enfoque cuantitativo con nivel explicativo que les permite concluir que, la comunicación interna está asociada al manejo y dirección administrativa tras determinarla como una herramienta esencial para el trabajo en equipo equilibrado y armonioso. Asimismo, manifiestan que la comunicación interna promueve el capital y talento humano, incentivando el sentido de pertinencia y fidelidad por parte del empleado hacia la empresa.

En referencia a, Sánchez, Sobenis, Yajaira y Mackencie (2019) en su trabajo *“Plan estratégico de comunicación interna, para fortalecer los procesos administrativos de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo”* expone por objetivo, el realizar una acción estratégica de CI para consolidar los procedimientos administrativos de la institución educativa superior. Los autores emplean una metodología mixta, la cual les permite, enfatizar en que, la falta de una planificación de la comunicación interna significa una grave carencia empresarial. Por ello, concluyen que la comunicación interna debe ser gestionada constantemente por la empresa en pro de motivar e integrar a sus trabajadores para superar las metas en menores plazos de tiempo.

Respecto a Charry (2018) en su investigación *“La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público”* cuenta por objeto, el resolver la asociación de la CI con el clima organizacional presente en el sector público; por ello, tras emplear un **enfoque** cuantitativo de **diseño** no experimental y conocer los resultados, el autor **concluye** que, el monitoreo de la comunicación interna debe contestar a las competitivas y cambiantes

características del mundo laboral actual. A su vez, el autor **refiere** que las empresas deben ofrecer una comunicación interna planificada intencionalmente que facilite la eficacia y eficiencia de sus colaboradores.

Por último, para Ocampo, Valencia y Castaño (2018) en su artículo *“La influencia del clima de comunicación interna en la satisfacción laboral de empleados de una empresa del sector de servicios”* describen por **objetivo**, el establecer la asociación del clima de CI en el nivel de satisfacción en los colaboradores. Partiendo de una **metodología** cuantitativa de **corte** transversal, los autores **deducen** que, las empresas se encuentran sujetas a innovar y realizar cambios constantemente para evolucionar su comunicación interna, la cual es un puente entre la competencia y/o capacidad de sus colaboradores, sus interrelaciones, su satisfacción laboral y la conquista de desafíos empresariales en periodos de tiempo cada vez, menos extensos.

En cuanto a la **teoría científica** y **definición conceptual** de la variable “comunicación interna” se procede a desglosar el término para luego, describir la base teórica en la que se fundamenta.

La **comunicación** comprendida como la acción básica e innata para el desempeño y competitividad del individuo en un entorno social, radica en la efectiva emisión, recepción e intercambio de información realizado entre dos o más personas empleando un mismo código y canal. (Ocampo, Valencia y Castaño, 2018, p. 119).

De ahí que, en el aspecto laboral, la **comunicación interna** aborda la totalidad de los mensajes emitidos y recepcionados por los colaboradores de una institución. Se consolida como un recurso indispensable para todo tipo de organización en vista de que, no solo está proporcionalmente relacionada con el logro de sus objetivos sino también, influye en la capacidad de sus colaboradores, ahorro de recursos y tiempo.

Asimismo, la comunicación interna es un activo transversal y frágil para una institución, en reconocimiento de que, para su gestión, se debe ser profesional para contrarrestar los riesgos, barreras y limitaciones a los que está expuesta.

Seguidamente, Tkalac, Verčič y Sriramesh (2012) afirman que, la comunicación interna todavía se encuentra vinculada con factores de gestión del marketing y recursos humanos. (p. 1).

Mientras que Macías, et. al. (2013, citado por Manzano, 2017) exponen que la comunicación interna engloba factores como el trabajo en equipo, evolución y expansión del centro laboral, motivación y liderazgo entre los directivos y empleados. (p. 14).

Por otro lado, la comunicación interna como principal resultado de la interacción e intercambio de información e ideas entre los empleados de una organización, considera cuatro tipos de comunicación:

- Comunicación ascendente gestionada por los trabajadores en dirección a los líderes empresariales.
- Comunicación descendente realizada por los miembros de la alta junta directiva hacia los empleados de la institución.
- Comunicación vertical efectuada entre los colaboradores de distintos rangos jerárquicos.
- Comunicación horizontal llevada a cabo por los trabajadores del mismo rango jerárquico. (Jouany y Martic, 2020, p. 1).

De igual manera, se identifican los siguientes canales de la comunicación interna:

- Formal: Canal estructurado y planificado por la propia institución vinculado al intercambio de información relacionada a la empresa, desde boletines, correos, comunicados, entre otros. Se rige bajo lineamientos oficiales de la organización.
- Informal: Canal no estructura ni planificado asociado a las relaciones sociales naturales entre los colaboradores de una empresa. No se rige bajo lineamientos específicos. (Kalpana, s.f., p. 1).

Ahora bien, se describe la **base teórica-científica** de la variable independiente “comunicación interna”, siendo el Modelo de Metodología de la Comunicación 1A planteado por Tessi en 1994, como un sistema de gestión

vital orientado a impulsar el sentido en el trabajo proporcionalmente relacionado con el cumplimiento de las metas propuestas, donde destaca el hecho de poder escuchar, saber comprender y dotar a la palabra con un fin estratégico que beneficie el proceso de desarrollo de la comunicación interna dentro de una organización.

De modo similar, el Modelo 1A reconoce la importancia del feedback y comunicación interna bidireccional como los aspectos más relevantes para una organización al lograr alinear su proceso y gestión, y por encima de todo, su cultura organizacional.

En tal sentido, se consideran las **tres dimensiones** del Modelo de Comunicación 1A:

La **comunicación intrapersonal** denominada también “comunicación interna pensada”, se rige del Modelo 1A, el más importante del Modelo de Metodología de Comunicación 1A, en vista de que, considera como matriz esencial el “Primero Adentro” y/o el “Primero Arriba”.

Hace énfasis en el proceso de codificación del mensaje emitido por los líderes al entorno empresarial, como parte de su objetivo por lograr un alto nivel de empatía e imparcialidad con sus colaboradores. La comunicación intrapersonal prepara a la junta directiva de una institución para que dominen las acciones de escucha, enseñanza y comprensión hacia sus empleados.

A continuación, se detallan los **indicadores** de la dimensión *comunicación intrapersonal*:

- El **escucharse** radica en pensar y reflexionar previa a una eventual interacción, evitando expresiones impulsivas y consolidando una eficaz comunicación con el entorno.
- El **entenderse** permite interactuar con total claridad y libertad, siendo responsable del cumplimiento de sus responsabilidades dentro del grupo social al que pertenece.
- El **enseñarse** facilita el incrementar la capacidad y habilidad a nivel personal y profesional. Impulsa el interés por el posicionamiento y contribuye al trabajo en equipo.
- A continuación, se detallan los indicadores de la dimensión

comunicación intrapersonal:

La **comunicación interpersonal** considerada inclusive “comunicación interna oral”, se basa en el Modelo 2S: “sentido y salario”, términos contrapuestos por ser activos intangibles y tangibles respectivamente.

También, hace alusión a la información emitida por la institución a todos sus trabajadores. En donde se resalta que, el “sentido” así como incentiva la producción de los empleados y su retribución salarial, debe evitar la comunicación informal a fin de que, el colaborador no perjudique el clima laboral. Es la comunicación con mayor efectividad en donde se gestionan las relaciones sociales con cada vez, mayor intensidad entre los equipos de trabajo.

A continuación, se detallan los **indicadores** de la dimensión *comunicación interpersonal:*

- El **sentido** se centra en las constantes oportunidades brindadas por el centro laboral al colaborador en pro de sus continuas mejoras y niveles de productividad.
- El **salario** es la retribución monetaria que recibe el colaborador y guarda íntegramente relación con las labores que realiza en un tiempo contratado.
- La **empatía** radica en colocarse en la situación del colaborador y brindarle una correcta zona de trabajo, junto con los implementos y recursos necesarios en general, inclusive, capacitarlo y lograr una fidelización e identificación del mismo con la empresa.

La **comunicación eficaz** se rige bajo los lineamientos de la comunicación verbal, comunicación no verbal y la retroalimentación. Es una comunicación planificada destinada de manera individual y colectiva a los colaboradores de una empresa, siendo su objetivo, el general vínculo de calidad con los mismos.

De tal manera, el “comunicación verbal” es una acción vital para lograr una asertiva comunicación, la “comunicación no verbal” implica el poder comprender estratégicamente la situación del otro y la “retroalimentación”

aborda los resultados obtenidos con los pasos previos, para así originar un nuevo proceso comunicacional que incentive significativamente la alta productividad de los trabajadores. (Tessi, s.f., p. 1).

A continuación, se detallan los **indicadores** de la dimensión *comunicación interpersonal*:

- La **comunicación verbal** gira en torno a la interacción hablada en los espacios creados para el libre diálogo impulsando una experiencia comunicacional libre.
- La **comunicación no verbal** se proyecta un interés o no, el accionar laboral del trabajador, por ende, realiza actividades integradoras tomando en considerando a todo trabajador de la organización.
- La **retroalimentación** aborda el nivel de identificación y fidelización por parte del colaborador hacia la empresa, como también, el estrechar lazos de confraternidad, entre otros.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de Investigación

La investigación será de **tipo básica**, pues está encaminada a un saber completo mediante el entendimiento de factores esenciales de los diversos fenómenos, así como de los acontecimientos o relaciones observables. (CONCYTEC, 2018, p. 3).

Se realizará bajo un **enfoque cuantitativo**, donde se ejecuta un proceso riguroso y secuencial, para la búsqueda y recopilación de información vinculada a la variable de estudio; para luego, analizar estadísticamente, comprobar la teoría, y medir la variable independiente. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 4-5).

Presentará un **nivel descriptivo simple**, evidenciándose la intención de describir íntegramente la problemática asociada a la variable. Y, se desarrollará bajo el **diseño no experimental**, por tanto, se condiciona a estudiar y analizar los datos obtenidos evitando intervenir y manipular los resultados obtenidos en función a la variable. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 152-153).

La investigación será de **corte transversal**, por lo cual, la información será obtenida tras una sola medición. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 154).

3.2 Variables y Operacionalización

Variable : Comunicación Interna

Definición conceptual: Acción bidireccional clave que facilita la participación natural, motivación y producción de los trabajadores, el fortalecer

el clima y cultura organizacional; y por encima de todo, el logro de objetivos organizacionales en menores plazos de tiempo. (Tessi, s.f., p. 1).

Definición operacional: Para la medición de la variable, se sabe que, ésta radica en la conjunción de sus dimensiones: comunicación intrapersonal, comunicación interpersonal y comunicación institucional, las cuales se desarrollan entre los colaboradores y alta dirección de una organización. (Tessi, 2009, citado por Trujillo, 2017, p. 27).

Indicadores: Los indicadores facilitan la medición de las particularidades de la variable “Comunicación Interna” respetando a la misma y a cada una de sus dimensiones logrando mantener una coherencia con el aspecto teórico de investigación y con la técnica e instrumento de recopilación y medición de información, respectivamente. (Martínez, 2010, p. 1).

Escala de Medición: La escala Likert de medición enfocada en el nivel de acuerdo o desacuerdo de una oración permitirá identificar el nivel de posturas y valoraciones del individuo que forma parte de la unidad de análisis de estudio, para así, determinar si se encuentra a favor, en contra, de acuerdo o en desacuerdo en torno a variable y problemática de investigación. (Valenzuela, N., et. al., 2020, p. 134).

3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

La población de un estudio abarca la totalidad de elementos, personas, cosas, entre otros, que interactúan dentro del fenómeno delimitado para la investigación centrada en una problemática. (Valenzuela, N., et. al., 2020, p. 134).

De tal manera, la población está integrada por 100 trabajadores del área de operaciones de la empresa Dynamicall, cuenta Glovo.

Respecto a los **criterios de inclusión**, la población puede ser seleccionada indistinto a su género, edad y nivel socioeconómico, forman parte de la población, los colaboradores del área de operaciones de la empresa de

contact center Dynamicall ubicada en el distrito de Independencia, en la Ciudad de Lima.

Además, son parte de la población de estudio, todos aquellos colaboradores del área de operaciones de la empresa de contact center Dynamicall ubicada en el distrito de Independencia, en la Ciudad de Lima.

Respecto a los **criterios de exclusión**, indistinto a su género, edad y nivel socioeconómico, no forman parte de la población sino son colaboradores del área de operaciones de la empresa de con contact center Dynamicall ubicada en el distrito de Independencia, en la Ciudad de Lima.

Asimismo, no forman parte de la población, todas aquellas personas que no forman parte del equipo de colaboradores del área de operaciones de la empresa de contact center Dynamicall ubicada en el distrito de Independencia, en la Ciudad de Lima.

Respecto a la **muestra**, la investigación presenta una **muestra poblacional o censal** focalizada en el 100% de la población anteriormente mencionada; debido a que, la acción de conocer y validar las valoraciones y/o percepciones del total de colaboradores respecto a la variable de estudio, no representa un problema o inconveniente que pueda perjudicar la recopilación de datos necesarios. (Hayes, 1999, como se citó en Raymundo y Vilchez, 2014, p. 64).

Es así que, la muestra censal estará comprendida, indistinto su género, edad y nivel socioeconómico, por los 100 colaboradores del área de operaciones de la empresa de contact center Dynamicall ubicada en el distrito de Independencia, en la Ciudad de Lima.

La **unidad de análisis** radica sólo en una fracción de la población delimitada para el desarrollo, análisis, medición y valoración de la investigación y su problemática. (Picón y Melian, 2014, 104).

Es así que, indiferente a su género, edad y nivel socioeconómico, la unidad de análisis estará compuesta por los 100 colaboradores del área de operaciones de la empresa de contact center Dynamicall ubicada en el distrito de Independencia, en la ciudad de Lima.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La **encuesta** es una técnica de recopilación de información conformada por afirmaciones, negaciones e interrogantes direccionadas a la muestra de estudio para identificar sus valoraciones y percepciones respecto a la variable y problemática de investigación. (López y Pérez, 2011, p. 485).

El **cuestionario** es un instrumento de recopilación y medición de datos que giran en torno a conocer la postura y juicios de valor que posee la unidad de análisis de estudio referente a la variable y su problema de investigación mediante la aplicación de ítems abiertos o cerrados. (López y Pérez, 2011, p. 486).

De ahí que, el cuestionario seleccionado como instrumento de estudio, está compuesto por una totalidad de 24 ítems centrados en oraciones afirmativas referente a la variable independiente “Comunicación Interna” y sus dimensiones “Comunicación Intrapersonal”, “Comunicación Interpersonal” y “Comunicación eficaz” e indicadores. **(Ver Anexo 03)**

Ahora, en cuanto a la escala de medición, se emplea la **escala Likert de medición enfocada en el nivel de acuerdo o desacuerdo de una oración** para así, identificar el nivel de posturas y valoraciones del individuo que forma parte de la unidad de análisis de estudio, para así, determinar si se encuentra a favor, en contra, de acuerdo o en desacuerdo en torno a variable y problemática de investigación. (Valenzuela, N., et. al., 2020, p. 134).

Referente a la **validez** del instrumento de medición, se describe la valoración de tres (3) profesionales especializados en Comunicación Corporativa.

Tabla 01: Profesionales especializados en Comunicación Corporativa

Grado académico	Datos del Experto	Opinión del Experto
Magíster	Mogollón Cruz, Yvy Elizabeth	Aplicable
Magíster	Hilmer Andrés Luna Victoria Cabrera	Aplicable
Magíster	Wilder Emilio Moreno López	Aplicable

Fuente: Elaboración propia.

En tal sentido, la validez del cuestionario se realiza mediante la aplicación del coeficiente estadístico V de Aiken.

Tabla 02: Medición de validez con el coeficiente V de Aiken

Preguntas	Experto 1	Experto 2	Experto 3	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%
					91%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En consideración al coeficiente V de Aiken, se infiere que la validez del cuestionario es del 91%, determinándose como un instrumento de medición aplicable y provechoso para la investigación.

Asimismo, se realiza la medición de la confiabilidad del instrumento, con la respectiva prueba piloto aplicada aleatoriamente a 21 miembros de la unidad de análisis.

La unidad de análisis está conformada por los colaboradores del área de operaciones de la empresa de contact center Dynamicall ubicada en el distrito de Independencia, en la ciudad de Lima.

Posterior a ello, se emplea el Alfa de Cronbach para diagnosticar el nivel de confiabilidad que alcanza el cuestionario.

Tabla 03: Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
F Casos u	Válidos	21	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	21	100,0

Tabla 04: Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,878	21

^a Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

e: Elaboración Propia en SPSS 21.

Tabla 05: Valores del Alfa de Cronbach

Valores de Alfa de Cronbach	Niveles
$\alpha \geq 0.9$	Es excelente
$0.9 \geq \alpha \geq 0.8$	Es bueno
$0.8 \geq \alpha \geq 0.7$	Es aceptable
$0.7 \geq \alpha \geq 0.6$	Es cuestionable
$0.6 \geq \alpha \geq 0.5$	Es pobre
$0.5 \geq \alpha$	Es inaceptable

Fuente: (Geroge y Mallery, 2003, citado por Hernández y Pascual, 2018, p. 160).

Interpretación: En referencia al coeficiente de Alfa de Cronbach y lo afirmado por Geroge y Mallery, la **confiabilidad** alcanzada del cuestionario tras la aplicación de la prueba piloto obtiene una escala de **,878** la cual, le otorga el nivel de buena confiabilidad. (2003, citado por Hernández y Pascual, 2018, p. 160).

3.5 Procedimientos

La presente investigación se realiza respetando el enfoque cuantitativo con un nivel descriptivo simple. De ahí que, la investigación inicia con la recolección de datos en consideración a la variable “Comunicación Interna”, para la descripción del marco teórico, selección de antecedentes y desarrollo óptimo de las matrices de operacionalización y consistencia donde, se puntualizan las definiciones conceptuales y operacionales, así como, la problemática general, objetivos, dimensiones e indicadores para la medición de la variable.

Se selecciona el empleo de la encuesta y el cuestionario como técnica e instrumento de recolección de valoraciones y posturas de la unidad de análisis en función a la variable.

Siendo así, prescindible detallar que, los resultados alcanzados en la validación de los expertos en la rama de “Comunicación Corporativa” y la confiabilidad del instrumento mediante la prueba piloto a 21 colaboradores del área de operaciones de la empresa Dynamicall, fueron tabulados en el programa estadístico SPSS versión 21, para la medición de la variable a través de la realización de las tablas y gráficos de frecuencia que permiten análisis e interpretación de los niveles de validez y confiabilidad del cuestionario como único instrumento de recopilación de información.

3.6 Método de análisis de datos

La investigación se lleva a cabo bajo un **nivel descriptivo simple**, evidenciándose la intención de describir íntegramente la problemática asociada a la variable. En cuanto a los hallazgos, éstos se alcanzaron tras la tabulación,

medición, análisis e interpretación de las respuestas obtenidas por los expertos y los participantes de la prueba piloto.

Es así que, para Pérez (2018), las tablas de frecuencia son registros estadísticos organizados en donde, se puntualizan los diferentes valores que alcanza la variable de estudio. Del mismo modo, describe los gráficos estadísticos como una proyección visual continua de los resultados obtenidos. Por último, menciona que la interpretación, se relaciona con la capacidad del individuo/investigador por comprender, descifrar y describir lo expuesto en las tablas y gráficos estadísticos. (p. 1).

3.7 Aspectos Éticos

La investigación respeta los principios bioéticos tales como:

Principio de autonomía: Vinculado a la capacidad del hombre para la toma de decisiones, impulsando la práctica de la moral, ética y originalidad en pro del desarrollo de un determinado estudio.

Principio de beneficencia: Relacionado con el evitar y/o reducir perjuicios o daños colocando como prioridad, el bien común sin esperar un beneficio a cambio; de manera que, se generen aportes, estrategias y recomendaciones para la mejora o solución de una problemática.

No maleficencia: Asociado a la no generación y prevención de daños o venganza en contra de los integrantes de la unidad de análisis a encuestar, resaltando la discreción de sus datos personales y la importancia de su estabilidad psicológica, mental, social; para así, conocer sus valoraciones respecto a la variable de estudio y su problemática.

Principio de justicia: Durante la realización de la investigación, no se permite ningún accionar discriminatorio y se fomenta el trato equitativo y respetuoso a todos los integrantes de la unidad de análisis. Asimismo, se cita con claridad a los autores referidos bajo la vigente normativa APA.

Consentimiento informado: Se solicita el permiso de la empresa Dynamically para efectuar sin contratiempos el estudio de su comunicación interna; donde se prioriza, las percepciones y juicios de valor de sus colaboradores del área de operaciones, quienes voluntariamente decidieron participar para aportar a la

mejora y soluciones viables y su problemática.

IV. RESULTADOS

Tabla 06: Variable Independiente “Comunicación Interna de la empresa Dynamicall”

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	41	1.7	1.7	1.7
	En desacuerdo	136	5.7	5.7	7.4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	311	13.0	13.0	20.3
	De acuerdo	1325	55.2	55.2	75.5
	Totalmente de acuerdo	587	24.5	24.5	100.0
	Total	2400	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración SPSS Ver. 21

Interpretación:

Partiendo de los resultados alcanzados en el promedio de la variable independiente “Comunicación Interna” se concluye que, de los 100 encuestados, el 1,7% de colaboradores está totalmente en desacuerdo con la manera en qué, está presente la comunicación interna dentro de la empresa Dynamicall, el 5,7% está en desacuerdo, el 13% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 55,2% está de acuerdo y el 24,5% está totalmente de acuerdo. Por lo cual, se reconoce una tendencia positiva del 79.7% de los colaboradores, quienes resaltan la presencia de una asertiva comunicación interna por medio del correcto desarrollo, gestión y seguimiento de la comunicación intrapersonal, interpersonal y eficaz entre la alta dirección y colaboradores en del área de operaciones de la empresa Dynamicall.

Tabla 07: Dimensión 1 “Comunicación Intrapersonal de la empresa Dynamicall”

Comunicación Intrapersonal de la empresa Dynamicall

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	10	1.1	1.1	1.1
	En desacuerdo	33	3.7	3.7	4.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	58	6.4	6.4	11.2
	De acuerdo	493	54.8	54.8	66.0
	Totalmente de acuerdo	306	34.0	34.0	100.0
	Total	900	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración SPSS Ver. 21

Interpretación: Partiendo de los resultados alcanzados en el promedio de la Dimensión 1 “Comunicación Intrapersonal” se concluye que, de los 100 encuestados, el 1,1% de colaboradores está totalmente en desacuerdo con la manera en qué, está presente la comunicación intrapersonal dentro de la empresa Dynamicall, el 3,7% está en desacuerdo, el 6,4% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 54,8% está de acuerdo y el 34% está totalmente de acuerdo. Por lo cual, se reconoce una tendencia positiva del 88,8% de los colaboradores, quienes enaltecen la presencia de una asertiva comunicación intrapersonal gracias a la correcta acción de escucharse, entenderse y enseñarse a sí mismo, destacando las acciones de pensar antes de expresarse con total libertad, entender la importancia de sus responsabilidades y enaltecer su capacidad para efectuar a la mayor perfección su trabajo para alcanzar los objetivos empresariales.

Tabla 08: Dimensión 2 “Comunicación Interpersonal de la empresa Dynamicall”

Comunicación Interpersonal de la empresa Dynamicall

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	31	3.9	3.9
	En desacuerdo	56	7.0	10.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	116	14.5	25.4
	De acuerdo	392	49.0	74.4
	Totalmente de acuerdo	205	25.6	100.0
	Total	800	100.0	100.0

Fuente: Elaboración SPSS Ver. 21

Interpretación: Partiendo de los resultados alcanzados en el promedio de la Dimensión 2 “Comunicación Interpersonal” se concluye que, de los 100 encuestados, el 3,9% de colaboradores está totalmente en desacuerdo con la manera en qué, está presente la comunicación interpersonal dentro de la empresa Dynamicall, el 7% está en desacuerdo, el 14,5% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 49% está de acuerdo y el 25,6% está totalmente de acuerdo. Por lo cual, se reconoce una tendencia positiva del 74,6% de los colaboradores, quienes destacan el nivel de oportunidades laborales, remuneración y empatía como factores clave para una correcta comunicación interpersonal por el ejercicio de una comunicación es fluida, reconocimientos de logros, satisfacción por el ambiente laboral y sobre todo, una identificación y compromiso del colaborador hacia la empresa Dynamicall y sus metas institucionales.

Tabla 09: Dimensión 3 “Comunicación Eficaz de la empresa Dynamicall”

Comunicación Eficaz en la empresa Dynamicall

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	47	6.7	6.7	6.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	137	19.6	19.6	26.3
	De acuerdo	440	62.9	62.9	89.1
	Totalmente de acuerdo	76	10.9	10.9	100.0
	Total	700	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración SPSS Ver. 21

Interpretación: Partiendo de los resultados alcanzados en el promedio de la Dimensión 3 “Comunicación Eficaz” se concluye que, de los 100 encuestados, el 6,7% de colaboradores está en desacuerdo con la manera en qué, está presente la comunicación eficaz dentro de la empresa Dynamicall, el 19,6% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 62,9% está de acuerdo y el 10,9% está totalmente de acuerdo. Por lo cual, se reconoce una tendencia positiva del 73,8% de los colaboradores, quienes resalta una óptima comunicación eficaz gracias a las acciones generadas por la empresa Dynamicall al crear espacios que impulsan un diálogo transparente y presencial, proyectar interés en lo que piensa y siente el colaborador entorno a su trabajo; y la gestión de reuniones de confraternidad y evaluación para conocer la situación real y proyección de la empresa y sus colaboradores.

V. DISCUSIÓN

En primera instancia, los resultados obtenidos en la presente investigación parten del nivel alcanzado por la validez y confiabilidad del cuestionario, instrumento de medición que posee una validación del 91% tomando como base, el juicio de valor de tres profesionales especializados en Comunicación Corporativa junto a la aplicación del coeficiente V de Aiken en las valoraciones anteriormente expuestas.

Seguidamente, el cuestionario consigue una buena confiabilidad de ,878 la cual, radica en los resultados de la prueba piloto aplicada a 21 integrantes de la unidad de análisis y su evaluación según los valores del Alfa de Cronbach.

En cuanto a los resultados de la presente investigación, el enfoque cuantitativo, el nivel descriptivo simple, se convierten en el mayor soporte para determinar la manera en qué, la variable independiente “Comunicación interna” está presente en la empresa Dynamicall, principalmente en los colaboradores del área de operaciones.

Exponiéndose así que, la comunicación interna no sólo está presente, sino que logra una marcada tendencia positiva en el 79.7% de los colaboradores, quienes enfatizan en el ejercicio activo y asertivo de la comunicación interna gracias al adecuado y constante desarrollo y seguimiento de la comunicación en su dimensión intrapersonal, interpersonal y eficaz entre todos los colaboradores del área de operaciones de la empresa Dynamicall.

En tal sentido, se ratifica lo expuesto en la base teórica-científica Modelo de Metodología de la Comunicación 1A planteado por Tessi en 1994, en donde, se enaltece la acción de escuchar, comprender y dotar a la palabra con un fin estratégico que beneficie el proceso de desarrollo de la comunicación interna dentro de una organización.

Bocero (2021) infiere que la comunicación interna viene adquiriendo un creciente valor y trascendencia en las organizaciones y sus colaboradores, al

convertirse en un proceso que inicia con un a investigación, planificación, regulación y monitoreo de las labores e interacciones del personal.

Sin embargo, Tkalac, Verčič y Sriramesh (2012) reitera que, la CI todavía permanece relacionada a factores de gestión del marketing y recursos humanos dentro de una organización. (p. 1).

No obstante, González, Rincón, y Viñaras (2019) infieren reiteradamente que la CI es un instrumento esencial para la mejora estructural de una institución pues, beneficia la gestión de un asertivo espacio de trabajo y monitoreo a los colaboradores ante las posibles innovaciones en la cultura empresarial o en tal caso, es un soporte altamente significativo para combatir problemas internos entre la organización y colaboradores o entre los mismos trabajadores.

Macías, et. al. (2013, citado por Manzano, 2017) se centran en que la CI potencia aspectos vitales dentro de una institución como el trabajo en equipo, crecimiento profesional del trabajador en el centro laboral, liderazgo y fidelización del personal en general. (p. 14).

Charry (2018) menciona que las empresas deben ofrecer una comunicación interna planificada intencionalmente que facilite la eficacia y eficiencia de sus colaboradores.

A su vez, Sánchez, Sobenis, Yajaira y Mackencie (2019) expresan que, la comunicación debe ser gestionada diariamente con el objeto de motivar e integrar a sus trabajadores para superar las metas en cada vez, menores periodos de tiempo.

Oyarvide, Reyes y Montaña (2017) detallan que, la CI es una comunicación íntegramente dirigida al colaborador de una organización. Ésta, se presenta con el objeto de integrar, fidelizar e incentivar al colaborador a desarrollar una activa participación con altos índices de productividad que aporten a la mejora de resultados corporativos.

Respecto a la comunicación intrapersonal presente en la empresa Dynamicall, en los colaboradores del área de operaciones, se identifica una

tendencia positiva del 88,8% en los colaboradores, quienes enaltecen la comunicación intrapersonal como un accionar que impulsa el poder escucharse, entenderse y enseñarse a sí mismo, incrementando el hecho de pensar racionalmente antes de expresarse, explotar sus habilidades y comprender la trascendencia de sus labores en los logros institucionales.

Así también, Vivas y Saavedra (2019) detallan que la comunicación intrapersonal promueve el capital y talento humano, incentivando el sentido de pertinencia y fidelidad por parte del empleado hacia la empresa.

La comunicación intrapersonal también aborda el autoanálisis del colaborador, quién de manera personal, toma como base todo lo que escucha, entiende y enseña. Pues, esta comunicación posibilita la conexión del individuo consigo mismo mediante la reflexión de sus actos pasados, presentes y futuros.

Miquel y Aced (2019) manifiestan que, la comunicación intrapersonal también aborda el autoanálisis del colaborador, tomando él mismo, como base todo lo que escucha, entiende y enseña. Pues, esta comunicación posibilita la conexión del individuo consigo mismo mediante la reflexión de sus actos pasados, presentes para beneficio de su futuro personal y profesional.

Análogamente, Castro y Díaz (2020) plantean el incentivar la participación de los colaboradores y su bienestar laboral tras identificarse que, sus niveles de productividad están asociados a su felicidad y comunicación entre compañeros.

En referencia a la comunicación interpersonal, se aprecia una tendencia positiva del 74,6% en los colaboradores, quienes describen que el grado de oportunidades laborales, salario y empatía son factores claves para una adecuada comunicación interpersonal, la cual, también debe desarrollarse bajo una comunicación fluida, celebración de triunfos, grato clima laboral y de sobre manera, de una óptima y creciente identificación y compromiso del colaborador del área de operaciones no sólo entorno a la empresa Dynamicall sino también, a sus metas empresariales.

Del mismo modo, Castro, Sosa y Galarza (2020) en su investigación “Comunicación interna, compromiso y bienestar de la plantilla: el caso de Admiral Seguros” describen que es debido a la interactividad de los colaboradores y sus relaciones emocionales con la institución, ésta puede gozar de un posicionamiento, positivo clima laboral, productividad y rentabilidad.

La comunicación interpersonal se presenta como una interacción intencional como base de las relaciones en un contexto social determinado. Por lo que, se la considera como una actividad estratégica elemental de una institución.

En tal sentido, Oyarvide, Reyes y Montaña (2017) confirman que, la comunicación interpersonal aborda en gran medida, técnicas y estrategias orientadas a beneficiar el flujo de interacción entre los colaboradores de institución o entre la institución y su medio.

Por su parte, González, Rincón, y Viñaras (2019) comentan que, la comunicación interpersonal facilita el poder escuchar las demandas de los colaboradores para así, ofrecer adecuados espacios de trabajo y actividades integradoras que impulsen la preparación y competitividad de los trabajadores.

En torno a la comunicación eficaz, se alcanza una tendencia positiva del 73,8% en los colaboradores, quienes afirman que la comunicación logra un óptimo crecimiento por la creación de espacios de transparente interacción, interés en lo que piensa y siente el colaborador, actividades de confraternidad, evaluaciones y proyecciones.

Pezo, Vargas y Gallardo (2020) certifican que, la comunicación gira más allá de sólo mensajes, tras incentivar continuamente una cultura organizacional, diálogo, inclusión y participación de los colaboradores en la toma de decisiones corporativas, en pro de la productividad de la empresa.

Para una comunicación eficaz, se debe gestionar vías comunicacionales libres para la información y promoción de las actividades empresariales con el fin de alcanzar los objetivos en específicos en plazos de tiempo gracias

también, a un nivel de involucramiento voluntario del colaborador para beneficio del crecimiento personal y de su centro laboral.

La comunicación eficaz pretende el activar la participación, colaboración, sugerencias y comentarios en general del trabajador con la finalidad de involucrarlo en el logro de metas planteadas. Por último, para una comunicación eficaz se puede optar por una interacción bidireccional ascendente, descendente y horizontal, en donde se priorice el diálogo, factor base en todas las relaciones sociales.

Por último, para Ocampo, Valencia y Castaño (2018) resaltan el hecho de que, las instituciones públicas o privadas están sujetas a innovar y evolucionar su comunicación interna, la cual es un puente entre la competencia y/o capacidad de sus colaboradores, sus interrelaciones, su satisfacción laboral y la conquista de desafíos empresariales en menores periodos de tiempo.

VI. CONCLUSIONES

1- Se determinó conforme al **objetivo general**, una tendencia positiva del 79.7% y por ende, la presencia de una asertiva comunicación interna por medio del correcto desarrollo, administración y monitoreo de la comunicación intrapersonal, interpersonal y eficaz entre la junta directiva y colaboradores en el área de operaciones de la empresa Dynamicall.

2- Se determinó respecto al **objetivo específico 1**, una tendencia positiva del 88,8% y por ello, la presencia de una óptima comunicación intrapersonal gracias a la correcta acción de escucharse, entenderse y enseñarse a sí mismo, sobresaliendo el acto de pensar antes de expresarse con total libertad, entender la importancia de cada responsabilidad y enaltecer su capacidad para realizar a la perfección su labor para lograr los objetivos empresariales.

3- Se determinó acorde al **objetivo específico 2**, una tendencia positiva del 74,6% y, por consiguiente, la presencia de una positiva comunicación interpersonal por el grado de oportunidades laborales, remuneración salarial mensual y empatía; además de, una fluida comunicación entre colaboradores en general, reconocimientos de logros, satisfacción por el ambiente laboral y sobre todo, una identificación y compromiso del colaborador hacia la empresa Dynamicall y sus objetivos empresariales.

4- Se determinó referente al **objetivo específico 3**, una tendencia positiva del 73,8% y, así pues, la presencia de una apropiada comunicación eficaz debido al accionar propio de la empresa Dynamicall al crear espacios que incentivan un diálogo transparente, transmitir interés en lo que piensa y siente el colaborador entorno a su trabajo; y la gestión de actividades de confraternidad junto con, evaluaciones para identificar la situación real y proyección de la empresa y sus colaboradores.

VII. RECOMENDACIONES

1- Se recomienda la realización de un estudio correlacional entre la comunicación interna y la satisfacción del colaborador de operaciones de la empresa Dynamicall para potenciar las estrategias de comunicación interna y así, aumentar el estado actual de la tendencia positiva del 79.7%.

2- Se recomienda a la alta dirección de la empresa Dynamicall planificar y ejecutar la creación de confortantes espacios y equipos de trabajo donde, el colaborador pueda, sentirse con total libertad de expresarse y ejerciendo sus labores con responsabilidad de manera que, aporte en gran medida a los objetivos empresariales.

3- Se recomienda a la alta dirección de la empresa Dynamicall incentivar a sus colaboradores mediante el incremento de las oportunidades laborales (línea de carrera), remuneración salarial mensual equitativa a los trabajos que realiza, reconocimientos de logros, con el fin de impulsar el grado de identificación y compromiso del colaborador hacia la empresa Dynamicall y sus metas organizacionales.

4- Se recomienda a la alta dirección de la empresa Dynamicall construir escenarios abiertos para una interacción transparente, en donde, haya lugar a lo que piensa y siente el colaborador entorno a la empresa. De igual forma, se recomienda, el crear actividades recreativas junto con, evaluaciones para conocer el estado actual de la relación de la institución con sus trabajadores.

REFERENCIAS

- Bocero, F. (marzo, 2021). El valor de la comunicación interna. *Revista Agenda de la empresa andaluza: ideas, personas e instrumentos para dirigir la empresa*, 265, 61-61. Recuperado de <https://www.agendaempresa.com/122626/opinion-marzo-francisco-j-bocero-periodista-dircom-refrataris-valor-comunicacion-interna/>
- Castro, A. y Díaz, P. (mayo, 2020). Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española. *Revista El profesional de la información*, 29(3), 1-13. Recuperado de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.may.24>
- Castro, A., Sosa, A. y Galarza, E. (2020). Comunicación interna, compromiso y bienestar de la plantilla: el caso de Admiral Seguros. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, 48, 56-78. Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/99878>
- Charry, H. (enero/junio, 2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Revista Comuni@cción*, 9(1), 25-34. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6522348>
- CONCYTEC (2018). *Bases para el otorgamiento de la "Distinción al Mérito Santiago Antúnez de Mayolo Gómero", de reconocimiento al investigador que contribuye al desarrollo de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación Tecnológica*. Recuperado de https://portal.concytec.gob.pe/images/noticias/convocatoria-sam-18/bases-santiago_antunez_mayolo.pdf
- Hernández, H. y Pascual, A. (febrero, 2018). Validación de un instrumento de investigación para el diseño de una metodología de autoevaluación del sistema de gestión ambiental. *Revista de Investigación Agraria y Ambiental*, 9(1), 157-163. Recuperado de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/riaa/article/view/2186>
- González, J., Rincón, S., y Viñaras, M. (noviembre, 2019). La Comunicación

Interpersonal y la Comunicación Interna en las empresas: Un análisis desde la profesión y la Universidad. *Comunicación y Hombre, Revista Interdisciplinaria de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*, 16, 335-354. Recuperado de <https://comunicacionyhombre.com/article/la-comunicacion-interpersonal-la-comunicacion-interna-las-empresas-analisis-desde-la-profesion-la-universidad/>

Jakubiec, M. (2019). The importance of internal communication for management of an organisation. *Scientific Papers of Silesian University of Technology. Organization and Management Series*, 47-62. 10.29119/1641-3466.2019.134.4. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/336990805_THE_IMPORTANCE_OF_INTERNAL_COMMUNICATION_FOR_MANAGEMENT_OF_AN_ORGANISATION

Jouany, V. y Martic, K. (14 de mayo de 2020). 12 Reasons Why Internal & External Communications Go Hand-in-Hand. [Publicación de blog]. Recuperado de <https://blog.smarp.com/12-reasons-why-internal-external-communications-go-hand-in-hand>

Julieth, L. (2019). *Los instrumentos para medir la percepción de la comunicación interna en instituciones prestadoras de servicios de salud: una revisión sistemática de literatura*. (Revisión de Literatura). Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/44750?locale-attribute=es>

Kalpana, R. (s.f.) Communication within an Organisation: Formal and Informal Communication. *Business Management Ideas*. Recuperado de <https://www.businessmanagementideas.com/communication/communication-within-an-organisation-formal-and-informal-communication/2382>

López, V. y Pérez, J. (junio/julio, 2011). Técnicas de recopilación de datos en la investigación científica. *Revista de Actualización Clínica Investiga*, 10, 485-489. Recuperado de http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/raci/v10/v10_a08.pdf

Manzano, (2017). *“La comunicación interna y el desempeño laboral del talento humano de la cooperativa de ahorro y crédito san salvador agencias puno y*

juliaca-2016”.

Recuperado

de

http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4840/M_anzano_Chura_Hilda_Beatriz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Martínez, F. (julio/diciembre, 2010). Los indicadores como herramientas para la evaluación de la calidad de los sistemas educativos. *Revista Sinéctica*, 35, 1-17). Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/sine/n35/n35a4.pdf>

Miquel, S. y Aced, C. (septiembre, 2019). Objectives and difficulties in the evaluation of internal communication in Spanish companies. *Revista El profesional de la información*, 8(5), 1699-2407. Recuperado de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/eipi.2019.sep.21/46145>

Jouany, V. y Martic, K. (14 de mayo de 2020). 12 Reasons Why Internal & External Communications Go Hand-in-Hand. [Publicación de blog]. Recuperado de <https://blog.smarp.com/12-reasons-why-internal-external-communications-go-hand-in-hand>

Julieth, L. (2019). *Los instrumentos para medir la percepción de la comunicación interna en instituciones prestadoras de servicios de salud: una revisión sistemática de literatura*. (Revisión de Literatura). Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/44750?locale-attribute=es>

Ocampo, D.; Valencia, N., y Castaño, E. (agosto, 2018). La influencia del clima de comunicación interna en la satisfacción laboral de empleados de una empresa del sector de servicios. *Revista Luciérnaga – Comunicación*, 10(20), 113-126. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7026908>

Oyarvide, H., Reyes, E. y Montaña, M. (octubre, 2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 3 (4), 296-309. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/336009673_La_comunicacion_interna_como_herramienta_indispensable_de_la_administracion_de_empresas

Pérez, J. (24 de abril del 2018). Qué son las tablas de frecuencia o distribución de frecuencias. *Asesoría de Tesis y Trabajos de Grado*. Recuperado de

<https://asesoriatesis1960.blogspot.com/2018/04/que-son-las-tablas-de-frecuencia-o.html>

- Pezo, A., Vargas, J. y Gallardo, E. (2020). Comunicación interna, cultura organizacional y promoción de la Salud: La visión de los promotores peruanos de salud. *Fonseca, Journal of Communication*, 20, 125-142. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7447744>
- Picón, D. y Melian, A. (mayo, 2014). La unidad de análisis en la problemática enseñanza-aprendizaje. Una mirada sistémica. *Informe Científico Técnico UNPA*, 6(3), 101-117. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5123550>
- Raymundo, Y. y Vilchez, J. (2014). Los estilos de aprendizaje y su relación con el desarrollo de las competencias del área curricular de historia, geografía y economía en estudiantes del segundo grado de secundaria de la Institución Educativa Akira Kato, 2011. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/714/T025_42188934_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sánchez, M., Sobenis, J., Yajaira, P. y Mackencie, C. (2019). Plan estratégico de comunicación interna, para fortalecer los procesos administrativos de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo. *Journal of Science and Research: Revista de Ciencia e Investigación*, 4(Extra 1), 196-212. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7368583>
- Tessi, M. (s.f.). Metodología de Gestión con Ingeniería de Comunicación Interna. Recuperado de <https://comunicacioninterna.com/metodologia/#:~:text=La%20Metodolog%C3%ADa%20es%20un,el%20Sentido%20en%20el%20Trabajo.&text=La%20aplicaci%C3%B3n%20ordenada%20de%20sus,%3A%20Intrapersonal%20Interpersonal%20e%20Institucional>
- Tkalac, Verčič y Sriramesh. (2012). Internal communication: Definition, parameters, and the future. *Public Relations Review* 38 (2), 223-230. ISSN 0363-8111. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.12.019>.
- Trujillo, L. (2017). *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional*

de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas;2017. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de:

<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2193/TESIS%20DE%20TRUJILLO%20MARI%C3%91O%20LUPE%20KARIN.pdf?sequence=2>

Valenzuela, N., et. al. (enero/junio, 2020). Comunicación organizacional interna y su relación con la satisfacción de los empleados de una empresa concesionaria de automóviles de Piedras Negras Coahuila. *Revista GEON*, 7(1), 129-141. Recuperado de <https://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/206/191>

Vivas, A., Saavedra, P. (septiembre, 2019). Comunicación interna en la calidad de la gestión administrativa Liceo Técnico Amelia Courbis, Talca 2018. *Revista Scientific*, 4(Ed. Esp.1), 116-135. Recuperado de http://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/384/516

ANEXOS

Anexo 01

Matriz de Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
Comunicación Interna	Acción bidireccional clave que facilita la participación natural, motivación y producción de los trabajadores, el fortalecer el clima y cultura organizacional; y por encima de todo, el logro de objetivos organizacionales en menores plazos de tiempo. (Tessi, s.f., p. 1).	Para la medición de la variable, se sabe que, ésta radica en la conjunción de sus dimensiones: comunicación intrapersonal, comunicación interpersonal y comunicación institucional, las cuales se desarrollan entre los colaboradores y alta dirección de una organización. (Tessi, 2009, citado por Trujillo, 2017, p. 27).	Comunicación Intrapersonal	Escucharse	1-2-3	Escala Likert
				Entenderse	4-5-6	
				Enseñarse	7-8-9	
			Comunicación Interpersonal	Sentido	10-11-12	
				Salario	13-14	
				Empatía	15-16-17	
			Comunicación Eficaz	Comunicación Verbal	18-19-20	
				Comunicación No Verbal	21-22	
				Retroalimentación	23-24	

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 02

Matriz de Consistencia

PROBLEMA	PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>Problema General:</p> <p>-¿De qué manera se presenta la comunicación interna en la empresa Dynamicall en los colaboradores del área de operaciones, Independencia, 2021?</p>	<p>P1: -¿De qué manera se presenta la comunicación intrapersonal en la empresa Dynamicall en los colaboradores del área de operaciones, Independencia, 2021?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>- Determinar la manera en qué, está presente la comunicación interna en la empresa Dynamicall en los colaboradores del área de operaciones, Independencia, 2021-I.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <p>O1: Determinar la manera en qué, está presente la comunicación intrapersonal en la empresa Dynamicall en los colaboradores del área de operaciones, Independencia, 2021-I.</p> <p>O2: Determinar la manera en qué, está presente la comunicación interpersonal en la empresa Dynamicall en los colaboradores del área de operaciones, Independencia, 2021-I.</p> <p>O3: Determinar la manera en qué, está presente la comunicación eficaz en la empresa Dynamicall en los colaboradores del área de operaciones, Independencia, 2021-I.</p>	<p>Comunicación Interna</p>	<p>Comunicación Intrapersonal</p>	Escucharse	<p>-Tipo: Básica.</p> <p>-Enfoque: Cuantitativo.</p> <p>-Nivel: Descriptivo Simple.</p> <p>-Diseño: No experimental.</p> <p>-Corte: Transversal.</p> <p>-Población: 100 colaboradores del área de operaciones de la empresa Dynamicall, Independencia.</p> <p>-Muestreo Poblacional o Censal: 100 colaboradores del área de operaciones de la empresa Dynamicall, Independencia.</p> <p>-Técnica: Encuesta.</p> <p>-Instrumento: Cuestionario.</p> <p>-Procesamiento de Datos: Programa Estadístico SPSS Versión 21.</p>
					Entenderse	
					Enseñarse	
	<p>Comunicación Interpersonal</p>			Sentido		
				Salario		
				Empatía		
	<p>Comunicación Eficaz</p>			Comunicación Verbal		
				Comunicación No Verbal		
				Retroalimentación		

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 03

CUESTIONARIO 1

Variable 1: COMUNICACIÓN INTERNA

Edad:

Sexo: M / F

INSTRUCCIONES:

- El presente cuestionario tiene como objetivo el medir la comunicación interna en la empresa Dyamicall en colaboradores del área de operaciones, Independencia, 2021-I.
- Marque las respuestas con una "X" considerando su percepción personal.

N°	Dimensión 1: Comunicación Intrapersonal	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
Indicador 1: Escucharse						
1	Piensa y reflexiona previamente a la emisión de una comunicación / conversación.					
2	Permanece en silencio evitando hablar impulsivamente.					
3	Aprovecha las críticas para impulsar su crecimiento profesional.					
Indicador 2: Entenderse						
4	Expresa efectiva y claramente lo que piensa.					
5	Comprende sus tareas y responsabilidades laborales.					
6	Entiende, comparte y logra transmitir la misión, visión y objetivos de la empresa.					
Indicador 3: Enseñarse						
7	Posee la capacidad para efectuar óptimamente su trabajo.					
8	Presenta interés en el éxito organizacional y, por ende, contribuye al trabajo en equipo y logro de objetivos.					

9	Logra involucrarse en los equipos de trabajo de búsqueda de soluciones de conflictos o acciones estratégicas a llevar a cabo.					
N°	Dimensión 2: Comunicación Interpersonal	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
Indicador 1: Sentido						
10	Reconoce oportunidades de crecimiento profesional dentro de su centro laboral.					
11	Es efectiva, fluida y respetosa la comunicación interpersonal con el equipo de trabajo (jefes y compañeros).					
12	Su centro de trabajo resalta sus niveles de trabajo, esfuerzos y logros.					
Indicador 2: Salario						
13	Siente satisfacción por las condiciones salariales que recibe.					
14	La remuneración salarial que recibe va acorde a su rol laboral, desempeño y metas.					
Indicador 3: Empatía						
15	Considera que su centro laboral valora su trabajo y respeta y resalta su libre opinión, ideas creativas e innovadoras.					
16	Considera que su institución impulsa la capacitación constante y brinda acceso a la información necesaria para realizar su trabajo.					
17	Se siente parte de la institución y reafirma el compromiso con sus metas y éxitos.					
N°	Dimensión 3: Comunicación Eficaz	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
Indicador 1: Comunicación Verbal						
18	Su centro laboral genera espacios que impulsan un diálogo transparente y presencial.					
19	Siente libertad para poder expresar sin miedo a la opresión de sus superiores.					
20	Considera que su institución promueve la comunicación interna y crea efectivos canales de comunicación.					
Indicador 2: Comunicación No Verbal						
21	Considera que a su centro laboral proyecta interés en lo que piensa y siente entorno a su trabajo.					

22	Su centro laboral desarrolla actividades integradoras para detectar en las conductas de sus colaboradores, nuevas oportunidades o acciones de mejora.					
Indicador 3: Retroalimentación						
23	Se siente parte de la institución y reafirma el compromiso con sus metas y éxitos.					
24	Se desarrollan eficazmente reuniones de confraternidad y evaluación para conocer la situación real y proyección de la empresa y sus colaboradores.					

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 04

Validación de Expertos



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mogollón Cruz, Yvy Elizabeth

Título y/o Grado:

<input type="checkbox"/> Ph. D.....()	<input type="checkbox"/> Doctor.....()	<input checked="" type="checkbox"/> Magister....(X)	<input type="checkbox"/> Licenciado....()	Otros. Especifique
--	---	---	--	--------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha:

La comunicación interna como herramienta indispensable del trabajo remoto en la empresa Dynamicall, Independencia, 2021.

SUGERENCIAS:

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	TOTAL	10		

Firma del experto:

Yvy Elizabeth Mogollón Cruz

Nombres y apellidos

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Luna Victoria Cabrera, Hilmer Andrés

Título y/o Grado:

Ph. D.....()	Doctor.....()	Magister....(x)	Licenciado....()	Otros. Especifique
---------------	----------------	-------------------	-------------------	--------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo / Campus Los Olivos

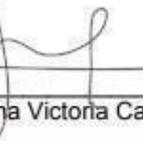
Fecha: 01/07/2021

La comunicación interna como herramienta indispensable del trabajo remoto en la empresa Dynamicall, Independencia, 2021.

SUGERENCIAS:

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

Firma del experto:

Hilmer Andrés Luna Victoria Cabrera

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Wilder Emilio Moreno López

Título y/o Grado:

Ph. D.....()	Doctor.....()	Magister....(X)	Licenciado....()	Otros. Especifique
---------------	----------------	-----------------	-------------------	--------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

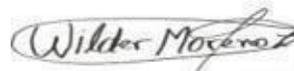
Fecha: 25 de junio del 2021

La comunicación interna como herramienta indispensable del trabajo remoto en la empresa Dynamicall, Independencia, 2021.

SUGERENCIAS:

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	TOTAL	10		

Firma del experto:



Nombres y apellidos

Anexo 05

SPSS 21 – Tabulación Coeficiente Alfa de Cronbach

Confidencial - Alfa de Cronbach.sav [Conjunto_de_datos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Númerico	8	0	Piensa y reflexiona previamente a la emisión de una comunicación / conversación	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
2	P2	Númerico	8	0	Permanece en silencio evitando hablar impulsivamente.	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
3	P3	Númerico	8	0	Aprovecha las críticas para impulsar su crecimiento profesional.	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
4	P4	Númerico	8	0	Expresa efectiva y claramente lo que piensa	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
5	P5	Númerico	8	0	Comprende sus tareas y responsabilidades laborales.	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
6	P6	Númerico	8	0	Entiende, comparte y logra transmitir la misión, visión y objetivos de la empresa.	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
7	P7	Númerico	8	0	Posee la capacidad para efectuar óptimamente su trabajo.	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
8	P8	Númerico	8	0	Presenta interés en el éxito organizacional y, por ende, contribuye al trabajo en ...	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
9	P9	Númerico	8	0	Logra involucrarse en los equipos de trabajo de búsqueda de soluciones de confi...	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
10	P10	Númerico	8	0	Reconoce oportunidades de crecimiento profesional dentro de su centro laboral.	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
11	P11	Númerico	8	0	Es efectiva, fluida y respetosa la comunicación interpersonal con el equipo de tra...	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
12	P12	Númerico	8	0	Su centro de trabajo resalta sus niveles de trabajo, esfuerzos y logros.	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
13	P13	Númerico	8	0	Siente satisfacción por las condiciones salariales que recibe.	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
14	P14	Númerico	8	0	La remuneración salarial que recibe va acorde a su rol laboral, desempeño y met...	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
15	P15	Númerico	8	0	Considera que su centro laboral valora su trabajo y respeta y resalta su libre opin...	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
16	P16	Númerico	8	0	Considera que su institución impulsa la capacitación constante y brinda acceso ...	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
17	P17	Númerico	8	0	Se siente parte de la institución y reafirma el compromiso con sus metas y éxitos.	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
18	P18	Númerico	8	0	Se siente parte de la institución y reafirma el compromiso con sus metas y éxitos.	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
19	P19	Númerico	8	0	Siente libertad para poder expresar sin miedo a la opinión de sus superiores.	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
20	P20	Númerico	8	0	Considera que su institución promueve la comunicación interna y crea efectiva...	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
21	P21	Númerico	8	0	Considera que a su centro laboral proyecta interés en lo que piensa y siente ent...	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
22	P22	Númerico	8	0	Su centro laboral desarrolla actividades integradoras para detectar en las conduc...	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
23	P23	Númerico	8	0	Se siente parte de la institución y reafirma el compromiso con sus metas y éxitos.	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada
24	P24	Númerico	8	0	Se desarrollan eficazmente reuniones de confraternidad y evaluación para conoc...	{1, Muy en ... Ninguna	8	8	Derecha	Escala	Entrada

Vista de datos Vista de variables

Confidencial - Alfa de Cronbach.sav [Conjunto_de_datos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
1	3	4	3	5	4	4	4	4	2	2	2	4	4	3	4	3	3	4	3	2
2	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	4
3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	2	4	5	4	3	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
6	3	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
7	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5
8	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	5
9	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	1	3	4	3	4	4	3	4	4	4
10	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4
11	4	5	3	5	4	5	2	4	3	1	2	5	5	5	2	4	4	4	2	4
12	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3
13	3	5	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3
14	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	2	3	3	3	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	3	4	4	4	4	3	2	3	1	2	1	4	4	4	2	3	2	2	4	4
17	3	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
18	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	2	4	4	4	4	5	4	5
19	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5
20	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4
21	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4

Vista de datos Vista de variables



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad de los Asesores

Nosotros, PARIONA BENAVIDES, MARIELA TERESA, GOMEZ DIAZ, RUBEN LUIS, docentes de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesores de la tesis titulada: "LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA DYNAMICALL EN LOS COLABORADORES DEL ÁREA DE OPERACIONES, INDEPENDENCIA, 2021", cuya autora es HURTADO HERNANDEZ, JUDITH STEPHANIE, constatamos 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.

Hemos revisado dicho reporte y concluimos que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A nuestro 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, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 15 de diciembre del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
PARIONA BENAVIDES, MARIELA TERESA DNI: 09722329 ORCID 0000-0003-4279-0154	
GOMEZ DIAZ, RUBEN LUIS DNI: 19939774 ORCID 0000-0003-4703-2475	