



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAS DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA

Estudio comparativo de la comunicación interna en las áreas de
housekeeping y recepción en Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de
Lima – 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración en Turismo y Hotelería

AUTORAS:

Cobos Sinche, Gabriela (orcid.org/0000-0002-6088-0586)

Cossio Sueldo, Milagros de Jesus (orcid.org/000-0002-9547-4369)

ASESOR:

Mg. Tovar Zacarias, Carlos (orcid.org/0000-0003-0115-221X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión turística

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

Gracias a mis padres y en especial a mi familia por qué son lo más sagrado que tengo en la vida, por ser siempre mis principales motivadores y guía de lo que ahora soy como persona sin ustedes y sus consejos, su amor y su cariño yo no habría llegado hasta donde estoy. Gracias a mis papás, mi esposo y mi hija los amo mucho.

Gabriela Cobos Sinche

Dedicatoria

Esta tesis está dedicada a Dios por permitirme llegar hasta este momento tan importante en mi formación profesional.

A mis padres: Carlos Cossio y Mirta Sueldo, por infundir en mí el ejemplo de esfuerzo, dedicación, perseverancia y por recordarme siempre que Dios está a mi lado.

Y a mis hermanos Carlos Cossio, Carla Cossio y Betsabé Cossio por sus oraciones, consejos y palabras que calaron en mí.

Milagros de Jesús Cossio Sueldo

Agradecimiento

Agradecemos a nuestros docentes de la Escuela Profesional en Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo, Lima Norte, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación en nuestra profesión y de manera especial, al magister Carlos Tovar Zacarías, nuestro asesor de tesis quien estuvo guiándonos académicamente con su experiencia y profesionalismo y a los colaboradores de los dos hoteles que nos brindaron su apoyo para con nuestra investigación.

Índice de contenidos

| | Pág. |
|---|-------------|
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Índice de contenidos | iv |
| Índice de Tablas | v |
| Índice de Figuras | vii |
| Resumen | ix |
| Abstract | x |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 5 |
| III. METODOLOGIA | 13 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación | 13 |
| 3.2. Operacionalización de las variables | 14 |
| 3.3. Población, muestra y muestreo | 14 |
| 3.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos | 15 |
| 3.5. Procedimientos | 16 |
| 3.6. Método de análisis de datos | 17 |
| 3.7. Aspectos éticos | 17 |
| IV. RESULTADOS | 18 |
| V. DISCUSIÓN | 39 |
| VI. CONCLUSIONES | 43 |
| VII. RECOMENDACIONES | 44 |
| REFERENCIAS | 45 |
| ANEXOS | 50 |

Índice de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Distribución de la población | 15 |
| Tabla 2. Pregunta 1, ¿Se realiza una vez al mes reuniones de sugerencias en el área? | 18 |
| Tabla 3. Pregunta 2, Te parece que la forma de comunicación a través de mail es efectiva | 19 |
| Tabla 4. Pregunta 3, ¿El personal tiene acceso a los correos electrónicos de gerentes y áreas corporativas? | 20 |
| Tabla 5. Pregunta 4, ¿Se realiza periódicamente reuniones en el área? | 21 |
| Tabla 6. Pregunta 5, ¿Está usted interesado por las reuniones periódicas en el área? | 22 |
| Tabla 7. Comparativa porcentual entre la comunicación ascendente por hotel | 23 |
| Tabla 8. Pregunta 6, Respecto a los anuncios difundidos por la empresa, ¿le beneficia la información recibida? | 24 |
| Tabla 9. Pregunta 7, ¿Te parece útil la información recibida en los foros informativos? | 25 |
| Tabla 10. Pregunta 8, ¿Te parece útil la información recibida en los correos institucionales? | 26 |
| Tabla 11. Pregunta 9, El sistema de comunicación de doble vía dentro de la organización ha ayudado en la mejora de tu área | 27 |
| Tabla 12. Pregunta 10, La información que recibe siempre a través de canales formales de comunicación (correos institucionales, boletín, vía telefónica) | 27 |
| Tabla 13. Pregunta 11, La información que recibe sobre el hotel, usualmente se da a través de rumores | 29 |
| Tabla 14. Comparativa porcentual entre la comunicación descendente por hotel | 29 |
| Tabla 15. Pregunta 12, ¿Las reuniones por departamentos ha tenido resultados positivos para los colaboradores? | 31 |
| Tabla 16. Pregunta 13, La comunicación entre áreas se realiza de manera continua | 32 |
| Tabla 17. Pregunta 14, Es eficiente el uso de las redes sociales para la comunicación entre áreas | 33 |

| | |
|---|----|
| Tabla 18. Pregunta 15, El uso del Sistema Opera o Sistema Shiol ha hecho más ágil la comunicación entre áreas | 34 |
| Tabla 19. Pregunta 16, ¿Tiene conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas (whatsapp, mensajes, telegram) que permiten la comunicación fluida dentro de mi área de trabajo? | 35 |
| Tabla 20. Comparativa porcentual entre la comunicación horizontal por hotel | 36 |
| Tabla 21. Comparativa porcentual entre la comunicación interna por hotel | 37 |

Índice de Figuras

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Distribución de la población | 15 |
| Tabla 2. Pregunta 1, ¿Se realiza una vez al mes reuniones de sugerencias en el área? | 18 |
| Tabla 3. Pregunta 2, Te parece que la forma de comunicación a través de mail es efectiva | 19 |
| Tabla 4. Pregunta 3, ¿El personal tiene acceso a los correos electrónicos de gerentes y áreas corporativas? | 20 |
| Tabla 5. Pregunta 4, ¿Se realiza periódicamente reuniones en el área? | 21 |
| Tabla 6. Pregunta 5, ¿Está usted interesado por las reuniones periódicas en el área? | 22 |
| Tabla 7. Comparativa porcentual entre la comunicación ascendente por hotel | 23 |
| Tabla 8. Pregunta 6, Respecto a los anuncios difundidos por la empresa, ¿le beneficia la información recibida? | 24 |
| Tabla 9. Pregunta 7, ¿Te parece útil la información recibida en los foros informativos? | 25 |
| Tabla 10. Pregunta 8, ¿Te parece útil la información recibida en los correos institucionales? | 26 |
| Tabla 11. Pregunta 9, El sistema de comunicación de doble vía dentro de la organización ha ayudado en la mejora de tu área | 27 |
| Tabla 12. Pregunta 10, La información que recibe siempre a través de canales formales de comunicación (correos institucionales, boletín, vía telefónica) | 27 |
| Tabla 13. Pregunta 11, La información que recibe sobre el hotel, usualmente se da a través de rumores | 29 |
| Tabla 14. Comparativa porcentual entre la comunicación descendente por hotel | 29 |
| Tabla 15. Pregunta 12, ¿Las reuniones por departamentos ha tenido resultados positivos para los colaboradores? | 31 |
| Tabla 16. Pregunta 13, La comunicación entre áreas se realiza de manera continua | 32 |
| Tabla 17. Pregunta 14, Es eficiente el uso de las redes sociales para la comunicación entre áreas | 33 |

| | |
|---|----|
| Tabla 18. Pregunta 15, El uso del Sistema Opera o Sistema Shiol ha hecho más ágil la comunicación entre áreas | 34 |
| Tabla 19. Pregunta 16, ¿Tiene conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas (whatsapp, mensajes, telegram) que permiten la comunicación fluida dentro de mi área de trabajo? | 35 |
| Tabla 20. Comparativa porcentual entre la comunicación horizontal por hotel | 36 |
| Tabla 21. Comparativa porcentual entre la comunicación interna por hotel | 37 |

Resumen

El objetivo general del estudio fue, comparar la comunicación interna en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima. Empleando una metodología de tipo aplicada, con un nivel de estudio descriptivo comparativo, diseño fue no experimental con el corte transversal. La población se compuso por los 28 colaboradores de las áreas de housekeeping y recepción de un hotel 04 estrellas en Miraflores y 25 colaboradores de un hotel 04 estrellas en Lince, al ser una muestra reducida fue censal, tomando la totalidad de elementos de la población. Empleando la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Se concluyó, existió similitudes en los niveles de comunicación interna entre los dos hoteles del estudio, en el hotel de Lince se presentó en el 52% (13) de colaboradores un nivel alto de comunicación interna y en el hotel de Miraflores el 71.4% (20) de colaboradores presentaron un nivel alto. Mostrando similitudes a nivel de comunicación interna por parte de los colaboradores en los hoteles de Lince y Miraflores, demostrando una gestión similar de manera interna entre las áreas de housekeeping y recepción.

Palabras clave: Comunicación internar, ascendente, descendente, horizontal

Abstract

The general objective of the study was to compare internal communication in the areas of Housekeeping and Reception in 4-star hotels in the city of Lima. Using an applied type methodology, with a comparative descriptive study level, design was non-experimental with cross section. The population was made up of 28 employees from the housekeeping and reception areas of a 04-star hotel in Miraflores and 25 employees from a 04-star hotel in Lince, since it was a reduced sample, it was a census, taking all the elements of the population. Using the survey technique and the instrument was the questionnaire. It was concluded that there were similarities in the levels of internal communication between the two hotels in the study, in the Lince hotel a high level of internal communication was presented in 52% (13) of collaborators and in the Miraflores hotel 71.4% (20) of collaborators presented a high level. Showing similarities at the level of internal communication by the collaborators in the Lince and Miraflores hotels, demonstrating a similar management internally between the housekeeping and reception areas.

Keywords: Internal communication, ascending, descending, horizontal

I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, el turismo ha ido reactivándose siendo todavía una fuente de ingresos para determinadas regiones de los países desarrollados y en proceso de desarrollo (Organización Mundial de Turismo, 2022).

La importancia de la activación del turismo durante la pandemia entre el 2021 – 2022 frente a la pandemia, se dio a inicios del 2021 aunque con diversas limitantes en diversos países a nivel mundial que empleaban el turismo como una fuente de ingreso en su PBI y desarrollo socio económico de manera rural y urbano, en el 2022 donde hubo una mejora, aunque la invasión de Rusia a Ucrania ocasiono repercusiones en la economía mundial, adicionando problemas socioeconómicos en diversos países que todavía están teniendo una transición económica. La reactivación tuvo un repunte desde enero del 2022 incrementando un 130% con la llegada de turistas a diversos países del mundo, en comparación del 2021 que solo fueron 18 millones registrados, asimismo, en Europa se presentó un incremento de turistas del 199% y las Américas en 97%, también se presentó un incremento de llegada de 51% de turistas en África y Oriente Medio del 89%, aunque presentaron una reducción de 69% y 63% de manera respectiva a comparación del 2019, mientras que, en Asia y Pacífico incrementaron de manera interanual un 44% (OMT, 2022).

El sector de Hotelería es importante, por su gran aporte a la economía mundial, experimentando un desarrollo rápido, ya que genera empleo por la alta necesidad de mano de obra y los considerables efectos multiplicador de empleabilidad en diversos sectores vinculados, aunque tiene también índices negativos por las malas condiciones laborales otorgado a su reputación, ya que su industria está conformado mayormente por organizaciones medianas y pequeñas, también cuenta que el personal que cuenta el hotel no es tan amplió, las remuneraciones no son adecuadas, las labores rotativas y requisitos mínimos para su calificación (OIT, s.f.). El sector hotelero adapto nuevas tendencias y desafíos con el propósito de ser unos de los hoteles con mayor ocupación por su producto y servicio, siendo importante la comunicación interna en un hotel para aumentar la productividad en el servicio en las áreas de recepción y housekeeping.

Asimismo, la prevalencia de la comunicación interna en las instituciones públicas y privadas en el turismo, fomentará generar ambientes laborales adecuados a nivel interno y externo, ya que la cultura y valores se ve reflejado en el desempeño y conductas del colaborador, siendo necesario, de acuerdo al Objetivo de Desarrollo Sostenible N° 8 planteado por la ONU, las actividades laborales inclusivas y decente a través de políticas internacionales y normativas de cada, para así lograr el desarrollo del turismo (ONU, 2015).

Con respecto a la relevancia de la comunicación para turismo, los administradores y dirigentes de una organización es incentivar el desarrollo desde un enfoque eficaz y profesional de la comunicación, desde una perspectiva externa e interna, siendo necesario la mejora y diseño de políticas para la comunicación y evaluar cada enfoque y práctica necesaria para su implementación (Organización Internacional del Trabajo, 2011). Siendo necesario, generar actividades laborales inclusivas a través de la comunicación efectiva y tripartismo (interacciones del gobierno, empleadores y colaboradores), para el desarrollo del turismo, logrando generar trabajos inclusivos y adecuados, empleando también las normativas internacionales y normativas de cada país sobre las actividades laborales, respetando también su legislación (OIT, 2017).

Teniendo relevancia la comunicación interna para el desarrollo, debiendo considerar a la comunicación interna, como aquellos procedimientos mediante los cuales se transmitirá y compartirá mensajes a los colaboradores, con contenidos adecuados, cumpliendo cada característica integral y de manera clara, con el objeto de generar una unión con la visión, interés y propósito con la organización (Biblioteca Nacional del Perú, 2021).

A nivel nacional, en el Perú por la recesión e inflación económica por los cambios debido a la pandemia, es necesario la comunicación interna entre colaboradores, lo que permite que compartan opiniones y tengan reacciones a las interacciones laborales, para mantener a los colaboradores involucrados con las organizaciones, por ello la comunicación debe ser bidireccional, constante, sincera y cercana (SERVIR, 2022).

La comunicación interna en el rubro hotelero, de manera individual, los hoteles con renombre han comenzado a crear manuales laborales para una comunicación interna, con lenguaje inclusivo, para poder gestionar mejor las medidas de seguridad, retroalimentación de incidentes, empleando herramientas digitales, como es correos electrónicos, puntos digitales con pantalla, reuniones trimestrales, puntos de encuentro donde se ubican pizarras u otra superficie para poder actualizar la información y compartir para un intercambio social, con la finalidad de poder generar una cultura, compromiso, aumento de productividad, ambiente laboral adecuado para el colaborador y los visitantes (Avanza Sostenible, 2019)

A nivel local, hace 4 años en Miraflores, un Hotel perteneciente a una de las cadenas de hoteles más reconocidas en Perú, se encuentra operando en la ciudad de Lima, se pudo observó una mala gestión en la comunicación interna en el área de recepción y housekeeping dándose de manera vertical, evitando la comunicación efectiva. También, la comunicación horizontal es inadecuada por el ambiente laboral, asimismo, existe una ausencia de charlas entre el grupo laboral, generando una tensión en el colaborador afectando su compromiso y desempeño laboral. Asimismo, se hizo notar que la mala gestión de comunicación y las jornadas laborales fomenta la alta rotación de personal, generando costos adicionales al momento de conseguir nuevo personal para las áreas de housekeeping y recepción.

Por otro lado, en el distrito de Lince, se halla otro hotel categorizado también en 4 estrellas, se observó que la comunicación interna entre las áreas de housekeeping y recepción ha cambiado con el pasar de los años, sus sistemas operativos y herramientas ahora no son tan eficientes, también la formación del personal es deficiente. Los mensajes enviados por la recepción no llegan a su destinatario o simplemente no lo veían a tiempo, esto ha hecho que muchos hoteles por más que se actualicen utilizando medios de mensajería digital asegure su correcto uso, haciendo también que se pierda la habilidad de una comunicación efectiva.

Por ello se planteó el problema general: ¿Cómo es la comunicación Interna en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas en la ciudad de Lima?

Se podrá demostrar que si los niveles adecuados de comunicación ascendente, comunicación descendente y comunicación horizontal, representan obtener un nivel adecuado en la comunicación interna en las dos organizaciones dedicadas al servicio de Hospedaje del estudio, demostrando la diferencia de la gestión administrativa frente a la comunicación interna, siendo vertical mayormente en este sector, remarcando la jerarquía de puestos laborales, también la relevancia del ambiente laboral.

Se mostrará la relevancia del estudio cuantitativo, descriptivo para determinar los niveles porcentuales sobre la comunicación interna dentro de dos organizaciones dedicadas al sector hotelero, también se desarrolla una comparativa para evaluar la gestión de la comunicación interna con la estadística inferencial, asimismo, se creó un instrumento asociado a la variable comunicación interna tomando en cuenta los dos contextos de estudio.

La relevancia práctica, de los niveles estadísticos de la comunicación interna en los dos hoteles, es de relevancia para el sector turístico, ya que refleja la gestión de personal asociado con la comunicación interna, incentivando a desarrollar estudios a fines, además, los datos obtenidos podrán ser empleados para contrastar con estudios a fines a las variables y con la realidad problemática.

El objetivo principal se planteó, comparar la comunicación interna en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima. Asimismo, los objetivos específicos, primero se analizó la comunicación ascendente, comparar la comunicación ascendente en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima; segundo se analizó la comunicación descendente, comparar la comunicación descendente en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima; mientras que, último se evaluó la comunicación horizontal al, comparar la comunicación horizontal en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima.

II. MARCO TEÓRICO

Se emplearon los siguientes antecedentes internacionales, Castro y Díaz (2020) analizó la gestión interna y externa en centro de salud particulares privadas en España durante la crisis del COVID-19. Realizaron un estudio de cuantitativo, no experimental, descriptivo. La muestra fueron 13 centros médicos. Emplearon un cuestionario para la recolección de datos. Obtuvieron como resultados, la gestión de la comunicación interna está a cargo en un 46.2% por la dirección de RH, mientras que, el área de Corporate Affairs Executive Director tiene una gestión del 30.8% y la dirección general el 15.4%, por otra parte, afirmar que solo en el 7.7% de organizaciones, la comunicación interna está a cargo del área de la dirección de la comunicación. Asimismo, la comunicación interna, tiene un plan estratégico solo cuando es necesario en el 53.8% de organizaciones, mientras que cuando hay determinada acción puntual y esporádica el 46.2% emplean una estrategia de comunicación interna. Concluyeron, la gestión de la comunicación interna y externa de manera estratégica es relevante cuando existen crisis en la organización privada, para poder generar rutinas laborales en cada área del centro.

Pazmay (2019) evaluó una propuesta para mejorar la comunicación interna en empresas de calzado en Tungurahua-Ecuador a través de una comparación entre 2015 y 2018. Empleó una metodología cuantitativa, no experimental, descriptiva. La muestra fueron 29 organizaciones dedicadas al rubro de calzado. Obtuvo como resultado, la comunicación interna tuvo una disminución en su adecuada gestión teniendo un índice media estadístico porcentual de 3.02 en 2016 reduciéndose a 2.75 para el 2018. Concluyendo, la comunicación interna es descendente, por transmitirse solo a información relevante para el cumplimiento de actividades laborales del colaborador, también existió una falta de compromiso para generar vínculos de acción y pensamiento, mejorando la cultura organizacional.

Charry (2018) estableció la correlación entre comunicación interna y clima organizacional en el sector público. Empleó una metodología de tipo cuantitativo, no experimental, descriptiva, correlacional. La muestra fueron 200 colaboradores. El instrumento fue un cuestionario. Tuvo resultado, 56.5% de colaboradores afirmó que existió una comunicación interna inadecuada, también

a nivel inferencial se obtuvo un $r_s=0.959$ y $p<0.05$. entre las variables. Concluyendo que existió una correlación directa y significativa entre la comunicación interna y clima organizacional.

Gonzalo (2019) evaluó una propuesta para mejorar la comunicación interna en la organización Cámara Nacional de Calzado. Empleó una metodología, descriptiva, cuantitativa, no experimental. La muestra fueron 282 colaboradores del año 2016 y 329 colaboradores del año 2018. El instrumento fue el cuestionario dicotómico. Obtuvo como resultado, en el 2016 presentaron un índice de media de motivación 3.46 y en el 2018 un índice de 3.26, mientras que, la comunicación interna la media fue de 3.02 y en el 2016 fue de 2.75. Concluyendo, hubo un deterioro de la comunicación interna, debido a la comunicación inadecuada entre los colaboradores con el jefe, falta de reconocimiento por logro, falta de comunicación adecuada para resolver problemáticas en la organización, falta de comunicación entre compañeros laborales y falta de comunicación por parte del jefe para la designación de actividades laborales.

Ophilia y Hidayat (2021) analizaron el fenómeno del cambio o reestructuración organizacional en una empresa multinacional que opera en Indonesia (PT. X) y cómo los líderes de estas organizaciones llevan a cabo estrategias de comunicación interna al transmitir cambios y mensajes a sus empleados sobre el reordenamiento de las estructuras organizacionales. Estudio con metodología cualitativa de estudio de caso con tipo de investigación descriptiva. El instrumento fueron entrevistas en profundidad, observación y estudio de literatura. Determinaron, el comprender y describir la producción y recepción de mensajes hacia el cambio organizacional y conocer la perspectiva de la gerencia y los empleados durante la comunicación interna genera cambios a través de los líderes, también la adecuada comunicación genera que el mensaje de cambio puede ser aceptado por los empleados.

Bøtcher y Houlberg (2021) evaluaron la fuerza de la relación entre las diferentes formas de liderazgo (transformacional y transaccional) y la comunicación interna en organizaciones públicas. Emplearon un estudio cualitativo, estudio de caso, análisis documental. La muestra fue un conjunto de datos de panel equilibrado de 751 empleados. Concluyeron, la existencia de una

relación entre comunicación transformacional e interna, e identifica una relación entre liderazgo transaccional a través de recompensas verbales y comunicación interna.

Arab y Muneeb (2019) examinaron la comunicación efectiva interna como una estrategia para mejorar el desempeño de la organización. Desarrollaron un estudio cuantitativo, correlacional, regresión. La muestra fueron 150 colaboradores. El instrumento fue un cuestionario. Tuvieron como resultado que la correlación coeficiente de desempeño organizacional y flujo de comunicación interna es de $r=0.35$ lo que sugiere que ambas variables se están moviendo juntos. Concluyeron, el flujo de la comunicación interna tiene una relación positiva con el desempeño organizacional, ya que el flujo de comunicación es natural y fluido en una organización que provoca un buen desempeño organizacional y cuando la comunicación es efectiva, entonces los empleados hacen sus tareas de manera efectiva, lo cual provoca el desempeño de la organización.

April et al. (2019) examinaron el efecto del liderazgo transformacional y la comunicación organizacional interna transparente en el cultivo de la confianza organizacional de los empleados durante un evento de cambio organizacional. Emplearon un estudio. La muestra fueron 439 colaboradores. El instrumento fue un cuestionario. Obtuvieron como resultado que la confianza organizacional de los empleados tiene una fuerte asociación positiva con la apertura de los empleados al cambio a través de la comunicación organizacional interna ($r = 0.76, p < 0.001$). Concluyeron, el liderazgo transformacional y la comunicación interna se asociaron positivamente con la confianza organizacional de los empleados, lo que a su vez influyó positivamente en la apertura de los empleados al cambio. Se discutieron las contribuciones teóricas y de gestión del estudio.

Los antecedentes nacionales empleados para el estudio, Trujillo (2017) determinó la influencia de la comunicación interna en instituciones estatales. Emplearon un estudio de tipo cuantitativo, no experimental, descriptivo y explicativo; la muestra fue de 238 colaboradores. El instrumento es el cuestionario. Obtuvo como resultados que el 69.3% de colaboradores presento una colaboración intrapersonal alta, 52.9% afirmaron que existe una

comunicación interna moderada, también el 33.2% de colaboradores afirmo un bajo nivel de comunicación institucional; la correlación fue mediante $r_p=0.872$ y $p<0.05$, concluyendo que existe una la influencia de la comunicación interna en instituciones estatales.

Vidarte (2019) analizó la correlación existente en la comunicación interna y clima organizacional. Emplearon un método cuantitativo, correlacional cuantitativo, no experimental. La muestra estuvo compuesta por 140 colaboradores. El instrumento fue el cuestionario. Obtuvo como resultado, el 36.4% de colaboradores afirmaron que casi siempre en la organización se incentivó y empleó la comunicación interna, mientras que, el 58.6% de colaboradores afirmaron que a veces empleó e incentivo la comunicación interna entre todos los puestos laborales y 5% casi nunca, a nivel inferencial estadístico, existió un $p=0.000 < 0.05$, concluyendo que si existió una correlación significativa entre comunicación interna y clima organizacional.

Bueno y Cosme (2019) determinaron la diferencia de la comunicación entre las organizaciones W&M S.R.L. y Corsaa S.A.C.. Utilizaron una metodología aplicada, descriptiva comparativa, no experimental y transversal. 70 colaboradores, 35 por organización, conformando la muestra del estudio. El instrumento fue el cuestionario. Obtuvo como resultados a nivel descriptivo el 90.3% de la organización Corsaa afirmaron un nivel óptimo de comunicación interna, caso contrario el 9.7% de colaboradores de la organización W&M comentaron un nivel optimó de comunicación interna, mientras que, a nivel inferencial, se obtuvo un z de -6.621 y $\text{sig.}(p)<0.05$, concluyendo que existió una diferencia significativa de la comunicación interna empleada en las organizaciones.

Moya (2020) determinó la correlación entre la comunicación y la percepción de la calidad de la atención ofrecida por la Cooperativa de Ahorro y Crédito León XIII, la metodología empleada fue cuantitativo, descriptiva correlacional y no experimental. La muestra fueron 156 colaboradores. El instrumento fue un cuestionario y una guía de observación. Obtuvieron como resultado el 55% de colaboradores consideró la comunicación interna es buena en la organización y el 25% afirmaron que es excelente. Concluyeron con la existencia de correlación entre la gestión adecuada de la comunicación interna

logrando mejorar las aptitudes y actitudes de los colaboradores, logrando demostrar una calidad del servicio para el público.

Cabrera et al. (2020) caracterizaron la comunicación interna en Mercado Ramos Toscano de Huancayo. Utilizaron una metodología básica, descriptivo no experimental, enfoque mixto. La muestra fueron los 110 socios colaboradores del mercado para el cuestionario y 5 para la entrevista. El instrumento fue el cuestionario y la entrevista. Se obtuvo como resultado el 66.4% de colaboradores del mercado detallaron una comunicación interna alta. Concluyeron, la comunicación interna es adecuada por emplearse canales informales, espontáneos posibilitando una organización eficiente, siendo directo la comunicación horizontal, adicionando el respeto y valores culturales de la región.

La teoría científica de la variable comunicación interna, el modelo del diagrama de Lasswell, considera a las personas que se comunica sino también intenciones que pueda tener al momento de comunicarse, las razones, motivos que determinan el medio de comunicación, junto con las condiciones de recepción (Ruiz, 2012).

Además, el estudio se sustentó con la Teoría de la contingencia descrita por Chiavenato (2019) donde expresa, la compleja naturaleza de los individuos y organizaciones debido a la influencia de diversos factores que afectaran las decisiones y objetivos que se plantearan ya que dependerá de cada circunstancia ambiental y tecnológica.

Así mismo, el enfoque teórico general de Luhman detalló desde la percepción del sistema social, la comunicación y su manera de emplearlo generan procedimientos, logrando la evolución de sistemas sociales y se auto reproduzcan, siendo cada sistema social un conjunto de selección y distinción de posibles operadores para comunicarse, las cuales se manejan por sistemas (organizaciones de diversos rubros, entre otros), subsistemas y cada entorno asociado a estos (como se citó en Brown, 2018).

La variable comunicación interna, según Andrade (2010) la comunicación interna dentro de las empresas es muy importante ya que tienen la finalidad de ayudar a obtener resultados muy óptimos para la organización, la Comunicación

Organizacional Interna es una pieza relevante de las organización, teniendo la finalidad de contribuir para concretar las metas y objetivos organizacionales, ayuda también a fidelizar al trabajador con la empresa donde trabaja creando en ellos una imagen positiva de la organización y de sus productos y servicios.

Asimismo, Chiang (2012) la comunicación interna tiene como objeto ordenar los esfuerzos dado por todos los colaboradores pertenecientes a la empresa, en pocas palabras, la comunicación interna ayuda a relacionar sin ninguna dificultad entre las diferentes áreas departamentales que puedan existir en la organización.

La comunicación interna según Fernandez (2010) está conformada por tres factores: horizontal, ascendente y descendente, cada una, esta predispuesta a la gerencia, la participación de cada colaborador, en la toma de decisión y flujos de información entre las áreas de la organización.

a. Cada una de ellas se da a partir de las disposiciones de la gerencia, la participación de los colaboradores en las decisiones y el flujo de información entre las unidades de la organización respectivamente.

De acuerdo, Carro y Gonzáles (2008), la comunicación interna debe involucrar e incluir a cada empleado, aunque deben ser supervisados, pero por personal participativo y abierto, que empleen cambios de comunicación y conducción, generando así una cultura participativa, logrando equipos laborales y círculos de calidad.

Asimismo, Chiavenato (2009) detalló, la comunicación interna como un sistema ya que hay una transmisión y recepción de una idea dentro de la organización, pudiendo ser horizontal, vertical, ascendente y descendente, dándose relaciones interpersonales entre personas, teniendo que darse un nivel de libertad entre estas relaciones, ya que existe colaboradores con labores aisladas o en equipos de labores con alta demanda de tiempo.

La comunicación horizontal, según Fernández (2010) se da entre los miembros pertenecientes a un mismo nivel de jerarquía. Pudiendo ser entre áreas, equipos de colaboradores o de manera individual, no habiendo una autoridad, facilitando la toma de decisiones dentro de la organización. Asimismo,

Robbins y Coulter (2014) este tipo de comunicación ayuda a ahorrar tiempo y facilita todo tipo de coordinación pero que si exageran pueden causar problemas dentro de la organización.

Reuniones por departamentos, de acuerdo a Ruíz y López (2011), son para brindar información en conjunto para organizar cada puesta en común entre equipos de similar nivel.

Comunicación continua, es la resultante de una buena comunicación movilizandó la aceptación de ambas partes que interactúan, mostrando claridad (Manual de planificación, seguimiento y evaluación de los resultados de desarrollo, 2009).

Uso de redes sociales, según Sandoval (2011), se emplean para establecer estrategias de respuestas interactivas y rápidas empleado redes sociales, donde se debe estableces la jerarquía de una persona que deba administrar la cuenta, también deberá seguirse lineamientos y pautas.

Uso de sistemas hoteleros, de acuerdo a Martínez (2013), es empleado en el servicio hotelero, mediante un Enterprise Resource Planning (ERP) para la gestión de cada actividad empresarial diaria asociado a los sistemas de información de los hoteles y la gestión del recurso.

Uso de herramientas tecnológicas, según Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social (2018) tienen aspectos positivos, ayuda a los procedimientos productivos para rapidez y ahora en tiempo laboral, también aumenta la satisfacción laboral y productividad.

La dimensión comunicación ascendente, Fernández (2010) la comunicación ascendente se da entre los empleados de rango más bajos hacia los rangos más altos, este tipo de comunicación permite que los empleados trabajen de manera eficaz en cuanto a la toma de decisiones e innovación de la empresa.

La dimensión comunicación descendente, de acuerdo a Fernández (2010) se da entre los gerentes con los empleados de rango bajo, informando todo tipo de órdenes que han hayan tomado con respeto a algún trabajo o puesto

especifico, también informarán si los empleados necesitan de alguna capacitación o entrenamiento para una mejora.

III. METODOLOGIA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

El presente trabajo fue un estudio de tipo aplicada, por el empleo de conocimientos obtenidos por diversos autores, sobre la relevancia de la comunicación interna en las organizaciones. Gallardo (2017) detalló, son estudios donde se emplea teorías relacionadas al fenómeno social estudiado, con la finalidad de poder generar nuevos conocimientos.

3.1.2. Diseño de investigación

El nivel del estudio fue descriptivo comparativo ya que se ha recolecto muestras, con el fin de ver el comportamiento de la variable en dos contextos diferentes. De acuerdo a Sánchez et al. (2018), consiste en recoger entre dos o más muestras con el propósito de analizar el comportamiento de nuestra variable (p. 17).

Así mismo nuestro diseño fue no experimental, por no realizarse una alteración deliberada de los datos obtenidos. Hernández et al. (2010) refirió, en este trabajo de investigación no se va manipular las variables independientes, sino que se va observar los fenómenos ya existentes en el lugar, tal como sucedieron en su momento real, para luego analizar la investigación (p. 245).

Es por ello, se trabajó con el corte transversal o transaccional, el estudio se dio en un solo momento, donde se recolectó la información de la muestra. Es por ello que nuestro trabajo de investigación se trabajó con el tipo transversal, realizando encuestas de tipo dicotómico en un determinado tiempo y momento específico sin alterar la realidad. Según Hernández et al. (2010) nos dice, se recolectan datos en un solo momento y en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (p.247).

3.2. Operacionalización de las variables

V1: comunicación interna

Definición conceptual, Chiang (2012) la comunicación interna tiene como objeto ordenar los esfuerzos dado por todos los colaboradores pertenecientes a la empresa, en pocas palabras, la comunicación interna ayuda a relacionar sin ninguna dificultad entre las diferentes áreas departamentales que puedan existir en la organización.

Definición operacional, La comunicación interna en la empresa constituye las relaciones entre los diferentes departamentos de la organización empresarial mediante la comunicación ascendente, descendente y horizontal.

Indicadores, se compuso de 3 dimensiones: a) comunicación ascendente, b) comunicación descendente, c) comunicación horizontal.

Escala de medición, se empleó una escala dicotómica: si, no

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

La población se compuso por los 28 colaboradores de las áreas de housekeeping y recepción de un hotel 04 estrellas en Miraflores y 25 colaboradores de un hotel 04 estrellas en Lince. Ñaupas et al. (2014) detallaron, está conformado por un grupo de elementos con las mismas características.

- **Criterios de inclusión**, colaboradores de dos hoteles 04 estrellas, uno en Miraflores y otro en Lince que pertenecen a las áreas de housekeeping y recepción
- **Criterios de exclusión**, colaboradores de los hoteles 04 estrellas en Miraflores y Lince que no pertenecen a las áreas de housekeeping y recepción

Tabla 1. Distribución de la población

| Aula | Colaboradores de housekeeping y recepción |
|---------------------|--|
| Hotel en Miraflores | 28 |
| Hotel en Lince, | 25 |
| Total | 53 |

Nota: Elaborado en base a planilla de los hoteles

3.3.2. Muestra

Por ser una muestra reducida, se aplicó una muestra censal, tomando en cuenta la totalidad de la población de los colaboradores de los hoteles 4 estrellas en Miraflores y Lince. Ñaupas et al. (2014) refirieron, es un subgrupo que cuenta con las características necesarias para el estudio.

3.3.3. Muestreo

No se aplicó un muestreo, al tener una muestra censal.

3.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

3.4.1. Técnicas

Para el presente trabajo de investigación se utilizó la técnica de la encuesta la cual está diseñada con el fin de recopilar información de un grupo específico.

3.4.2. Instrumentos

El instrumento utilizado fue un cuestionario. De acuerdo a Ñaupas et al. (2018), es un conjunto de ítems sistematizados para poder recolectar información de la muestra del fenómeno social estudiado.

3.4.3. Validez y confiabilidad

3.4.3.1. Validez

Para la validez de contenido del instrumento realizamos un juicio de expertos, el cual estuvo conformado por 03 docentes expertos de la Universidad César Vallejo, especialistas en el tema de estudio comparativo de la comunicación interna en las áreas de housekeeping y recepción en los Hoteles

de 4 estrellas en Miraflores y Lince, 2022, quienes nos dieron alcances y observaciones para la mejora del instrumento. Véase el anexo 4

3.4.3.2. Confiabilidad

Se dio en esta investigación la confiabilidad aplicándola una prueba piloto a 15 personas, las cuales los resultados fueron procesados en Excel, con es estadístico KR 20. Véase el anexo 5. De acuerdo a Ebel (1977), la confiabilidad se da con un porcentaje aprobatorio, pues debemos ponerlo en práctica primero a un grupo pequeño de nuestra población que no pertenezca a la muestra que vamos a seleccionar, como referencia entre unos 14 a 30 personas como máximo, con el fin de obtener una respuesta a todos los ítems de estudios y así dar como resultado el puntaje que deseamos adquirir.

El Método de Kuder-Richarson. Según Corral (2014), permite la obtención del nivel de fiabilidad en base a datos recopilados de una muestra, empleándose mediante un cuestionario de ítems realizado de manera dicotómica, y también donde se emplean alternativas dicotómicas con opciones de repuesta incorrecta y correcta.

3.5. Procedimientos

Para los procedimientos de esta investigación se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento, el cuestionario; la cual fue confiable a través del Método de Kuder-Richarson, dicho instrumento se aplicó a los colaboradores de las áreas de housekeeping y recepción tanto en el Hotel 4 estrellas de Miraflores como en el Hotel 4 estrellas en Lince y así comparar la comunicación interna entre esas áreas

Luego se realizó el trámite administrativo mediante una carta dirigida a los gerentes y/o representantes de la empresa de ambos hoteles 4 estrellas en Miraflores y Lince para obtener los permisos correspondientes para ejecutar la recolección de datos para el estudio, llevándose a cabo cada coordinación pertinente y necesaria con las jefaturas de cada área, para el establecimiento del cronograma para recolectar datos, tiene una duración aproximada entre 5 a 8 minutos por encuestado. Véase el anexo 6

3.6. Método de análisis de datos

En la presente investigación se empleó la estadística descriptiva, la cual se dará mediante la generación de baremos analizando los datos del instrumento del estudio, para poder generar y obtener los niveles de comunicación interna y sus respectivas dimensiones, pudiendo generar tablas y gráficos porcentuales en el programa SPSS.

3.7. Aspectos éticos

En esta investigación se empleó el manual APA séptima edición, para respetar las definiciones obtenidas por los autores citando y referenciando de donde se extrajo la información.

Se empleó el manual de ética de la UCV, para seguir los requerimientos de investigación para el desarrollo del estudio, los participantes del estudio se protegió la identidad, privacidad, fueron tratados de igual manera y se mantuvo, asimismo, se empleó la ética al no manipular los resultados obtenidos teniendo en cuenta la veracidad de los resultados, por otra parte, el rigor científico se dio al plantear temas asociados a problemáticas sociales, obteniendo así conocimientos para solucionar o mejorarlo.

Se empleó también la guía productos académicos de la UCV, para la presentación de un producto académico, donde se detalla el índice y contenido necesario por cada punto, debiendo cumplir los requerimientos necesarios de investigación para aprobarlo.

IV. RESULTADOS

4.1. Comunicación ascendente

4.1.1. Reuniones de sugerencia

“Ese tipo de reuniones, es un espacio donde se acogen todas las sugerencias de los empleados con el fin de mejorar la comunicación interna en la empresa.” (Valdiviezo, 2011, pág. 58).

En la siguiente tabla 2, se observa que el 62.3% considera que, si se realizan reuniones de sugerencias en sus áreas, mientras que el 37.7% considera que no se realizan reuniones en sus áreas. Véase *tabla 2*.

Tabla 2. *Pregunta 1, ¿Se realiza una vez al mes reuniones de sugerencias en el área?*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 20 | 37.7 | 37.7 | 37.7 |
| | SI | 33 | 62.3 | 62.3 | 100.0 |
| | Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

En la figura1, apreciamos que 20 trabajadores del Hotel en Lince consideran que si se realizan reuniones de sugerencia en su centro de labor mientras que 15 empleados del Hotel en Miraflores consideran que no se realizan reuniones de sugerencias en su área.

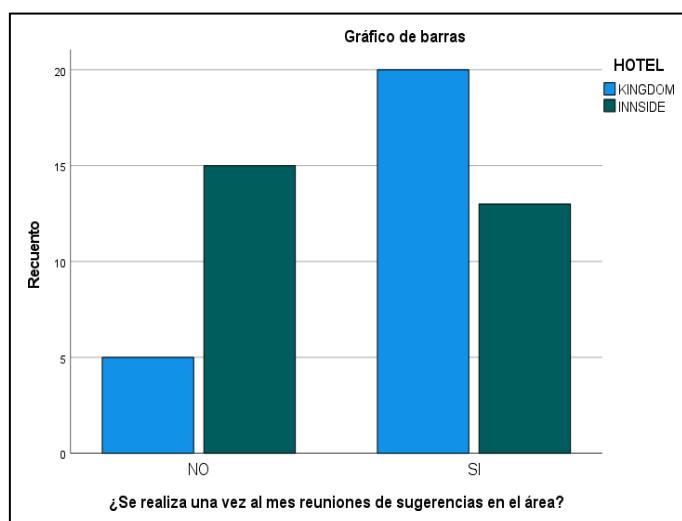


Figura 1. *Reunión de sugerencia*

4.1.2. Efectividad comunicación email

El correo electrónico es un medio necesario tanto para las empresas como para los profesionales, pero este mismo medio de comunicación ha causado mucha satisfacción y estrés al mismo tiempo. Tanto es así, que un simple correo no enviado correctamente, recibido a tiempo o la suspensión temporal del servidor por problemas técnicos acaba provocando verdaderas situaciones de caos y desesperación. (Javycc, 2015, párr. 1).

En la siguiente tabla 3. se observa que el 52.8% considera que el uso de email es totalmente efectivo para una correcta comunicación entre los empleados, mientras que el 47.2% considera que el email no es efectivo para comunicarse. Véase tabla 3.

Tabla 3. Pregunta 2, Te parece que la forma de comunicación a través de mail es efectiva

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 25 | 47.2 | 47.2 | 47.2 |
| | SI | 28 | 52.8 | 52.8 | 100.0 |
| | Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

En la figura 2, apreciamos que 15 trabajadores del Hotel en Miraflores consideran que el uso de email es efectivo para una correcta comunicación entre los empleados, mientras que 12 empleados del Hotel en Lince consideran que no lo es.

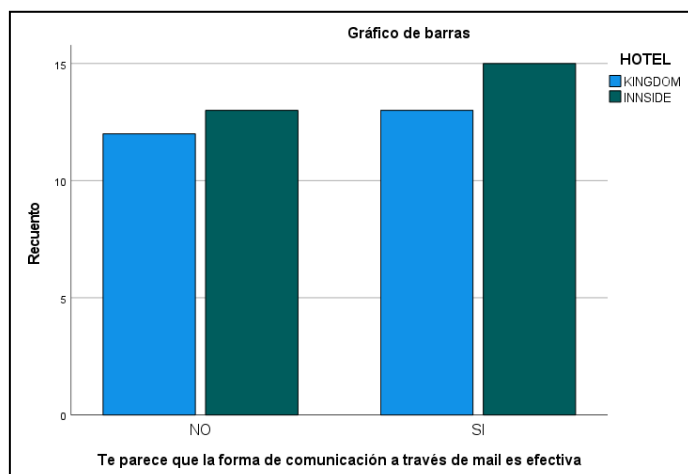


Figura 2. Efectividad comunicación email

4.1.3. Accesibilidad correos corporativos

El acceso a correos corporativos es una de las formas más fáciles de compartir información deseada a los demás miembros de una empresa, causando así reducción gastos en correos físicos, faxes y/o llamadas telefónicas s sólo lo imprescindible. (Hontoria, 2014, párr. 5).

En la siguiente tabla 4. se observa que el 50.9% si tienen acceso a los correos electrónicos de los gerentes y áreas corporativas, mientras que el 49.1% no cuenta con el acceso correspondiente. Véase *tabla 4*.

Tabla 4. *Pregunta 3, ¿El personal tiene acceso a los correos electrónicos de gerentes y áreas corporativas?*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 26 | 49.1 | 49.1 | 49.1 |
| | SI | 27 | 50.9 | 50.9 | 100.0 |
| Total | | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

En figura 3, apreciamos que 17 trabajadores del Hotel en Miraflores indicaron que, si tienen acceso a los correos electrónicos de los gerentes y áreas corporativas, mientras que en el Hotel en Lince solo tienen acceso solo 10.

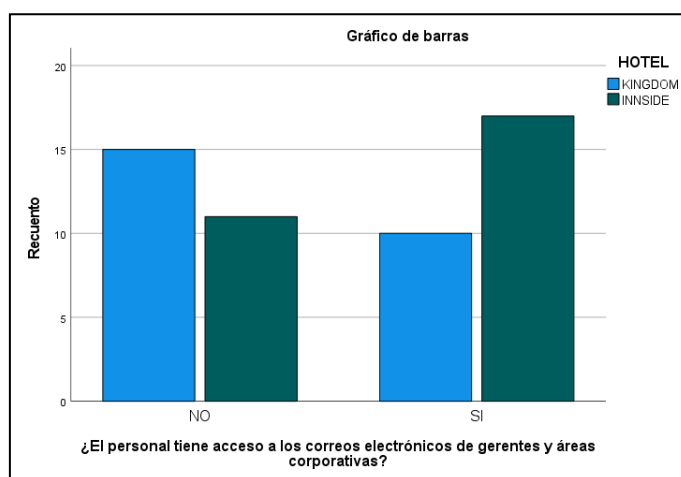


Figura 3. Accesibilidad correos corporativos

4.1.4. Reuniones en las áreas

Gressi (2017), comenta que “las reuniones entre áreas es la manera habitual para involucrar y generar participación, tiene como finalidad intercambiar información, solución de problemáticas y ejecutar la toma de decisiones de situaciones que la requieran y es el máximo canal donde existe mayor interacción.” (pág. 21).

En la siguiente tabla 5. se observa que el 81.1% si tienen reuniones en sus áreas, mientras que el 18.9% no tienen reuniones en su área. Véase *tabla 5*.

Tabla 5. *Pregunta 4, ¿Se realiza periódicamente reuniones en el área?*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 10 | 18.9 | 18.9 | 18.9 |
| | SI | 43 | 81.1 | 81.1 | 100.0 |
| | Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

En la figura 4, apreciamos que 25 trabajadores del Hotel en Miraflores indicaron que, si tienen reuniones en sus áreas, mientras que en el Hotel en Lince solo 18 empleados indican que si se reúnen con sus áreas.

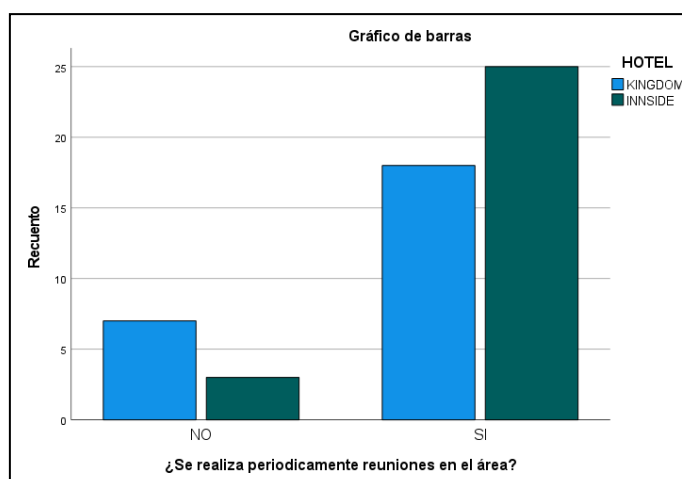


Figura 4. *Reuniones en las áreas*

4.1.5. Reuniones periódicas

Para (EmprendePyme, 2016) "es una actividad más común realizada por las empresas ya que son necesarias para compartir información interna y/o externas fácil y eficaz." (párr. 1).

En la siguiente tabla 6. se observa que el 88.7% si tienen reuniones periódicas, mientras que el 11.3% no realiza ninguna reunión periódica en su área. Véase *tabla 6*.

Tabla 6. *Pregunta 5, ¿Está usted interesado por las reuniones periódicas en el área?*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 6 | 11.3 | 11.3 | 11.3 |
| | SI | 47 | 88.7 | 88.7 | 100.0 |
| Total | | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

En la figura 5, apreciamos que tanto en el Hotel en Miraflores con sus 26 empleados y en el Hotel en Lince con 21 trabajadores tienen reuniones de manera periódica.

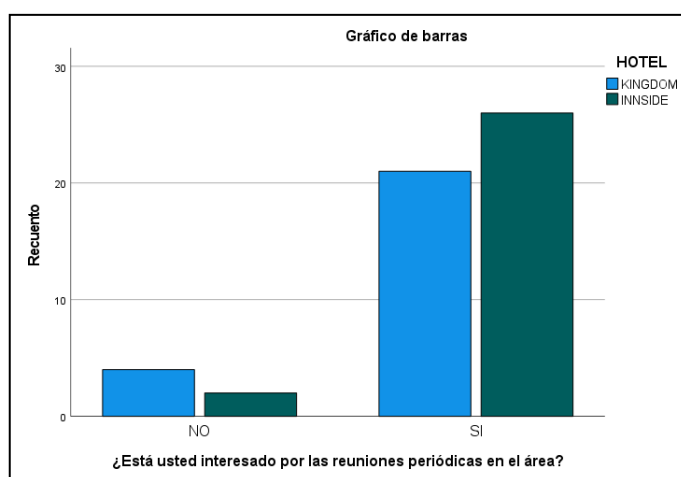


Figura 5. *Reuniones periódicas*

4.1.6. Resultado dimensión comunicación ascendente

Tabla 7. Comparativa porcentual entre la comunicación ascendente por hotel

| | | | Hotel | | |
|-------------------------|-------------------|-------------------|--------|------------|--------|
| | | | Lince | Miraflores | Total |
| Comunicación ascendente | Bajo | Recuento | 7 | 7 | 14 |
| | | % dentro de Hotel | 28,0% | 25,0% | 26,4% |
| | Medio | Recuento | 7 | 7 | 14 |
| | | % dentro de Hotel | 28,0% | 25,0% | 26,4% |
| | Alto | Recuento | 11 | 14 | 25 |
| | | % dentro de Hotel | 44,0% | 50,0% | 47,2% |
| Total | Recuento | | 25 | 28 | 53 |
| | % dentro de Hotel | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

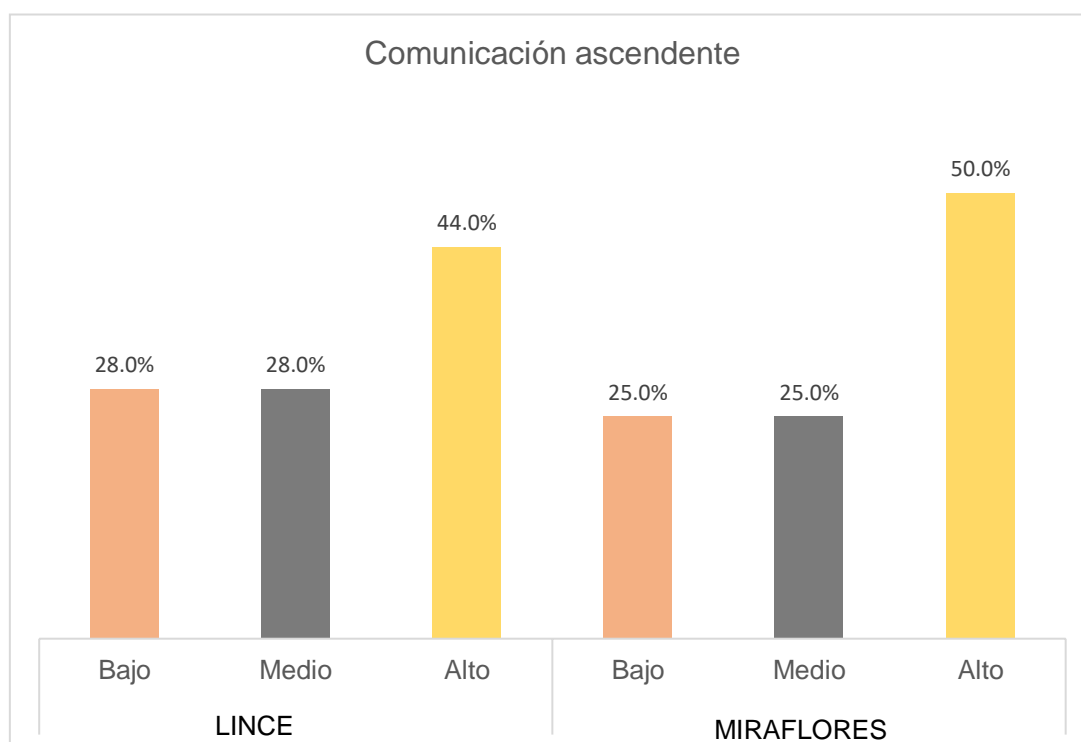


Figura 6. Comparativa porcentual entre la comunicación ascendente por hotel

En base a la tabla 7 y figura 6, se pudo determinar con respecto a los niveles de comunicación ascendente. Primero en el hotel de Lince se presentó en el 44% (11) de colaboradores un nivel alto de comunicación ascendente a comparación del hotel de Miraflores donde el 50% (14) de colaboradores presentaron un nivel alto. Seguido en el hotel de Lince se presentó en el, 28% (7) de colaboradores con un nivel medio de comunicación ascendente a comparación del hotel de Miraflores donde el 25% (7) de colaboradores presentaron un nivel medio de

comunicación ascendente. Con respecto a nivel bajo, en el hotel de Miraflores el 28% (7) de colaboradores presentaron un nivel bajo de comunicación ascendente, a comparación del hotel de Lince donde 25% (7) de colaboradores presentaron un nivel bajo de comunicación ascendente.

4.2. Comunicación descendente

4.2.1. Anuncios institucionales

Para Valdiviezo (2011) "los anuncios institucionales son las noticias brindadas por las empresas para sus empleados, con el fin de que los miembros conozcan los asuntos que la empresa promueve y desarrolla" (pág. 58).

En la siguiente tabla 8 se observa que el 77.44% si se beneficia de los anuncios dado por los hoteles, mientras que el 22.6% no se beneficia en nada.

Tabla 8. *Pregunta 6, Respecto a los anuncios difundidos por la empresa, ¿le beneficia la información recibida?*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 12 | 22.6 | 22.6 | 22.6 |
| | SI | 41 | 77.4 | 77.4 | 100.0 |
| | Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

En la figura 7 se puede observar que en el Hotel de Miraflores solo 24 empleados se benefician de los anuncios, mientras que en el Hotel en Lince solo se benefician 17 empleados.

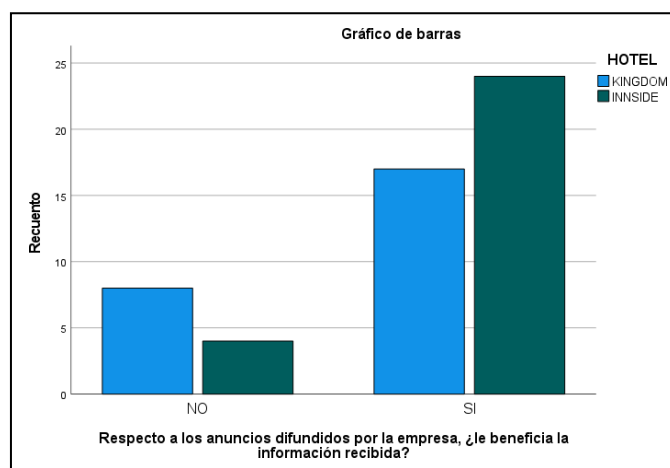


Figura 7. *Anuncios institucionales*

4.2.2. Foros informativos

En la siguiente tabla 9 se observa que el 86.8% le parece útil la información recibida con respecto a los foros, mientras que el 13.2% no le beneficia en nada.

Tabla 9. *Pregunta 7, ¿Te parece útil la información recibida en los foros informativos?*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 7 | 13.2 | 13.2 | 13.2 |
| | SI | 46 | 86.8 | 86.8 | 100.0 |
| Total | | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

En la figura 9, se puede observar que en el Hotel de Miraflores solo 27 empleados les parece útil la información recibida en los foros de la empresa, mientras que en el Hotel en Lince solo se benefician 19 empleados les parece útil la información recibida.

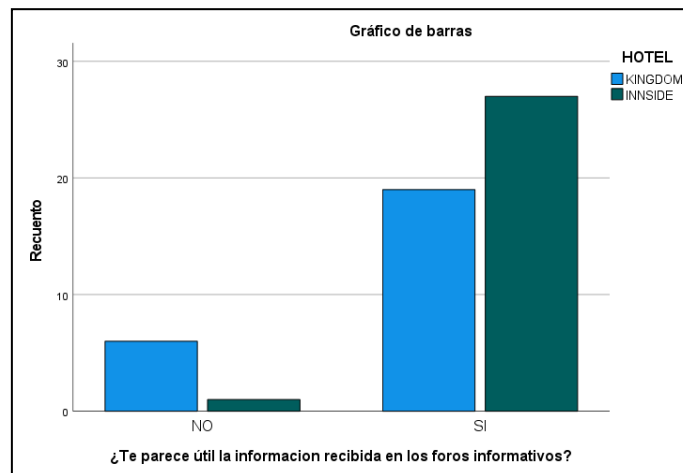


Figura 8. *Foros informativos*

4.2.3. Utilidad de correos institucionales

(Magazine, 2007) Indica que el correo electrónico fue uno de los primeros servicios creados para Internet y de los que más se utilizan en la actualidad. Este medio de comunicación ha sido y es muy rápido y sencillo de administrar, por lo

que hoy en día es el medio de mensajería más importante que ha reemplazado el correo tradiciones, el fax y telegrama.

En la siguiente tabla 10 se observa que el 84.9% le parece útil la información recibida en los correos institucionales, mientras que el 15.1% no le beneficia en lo absoluto.

Tabla 10. *Pregunta 8, ¿Te parece útil la información recibida en los correos institucionales?*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 8 | 15.1 | 15.1 | 15.1 |
| | SI | 45 | 84.9 | 84.9 | 100.0 |
| | Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

En la figura 9, se puede observar que en el Hotel de Miraflores solo 25 le parece útil la información recibida en los correos institucionales, mientras que en el Hotel en Lince solo se benefician 20 empleados.

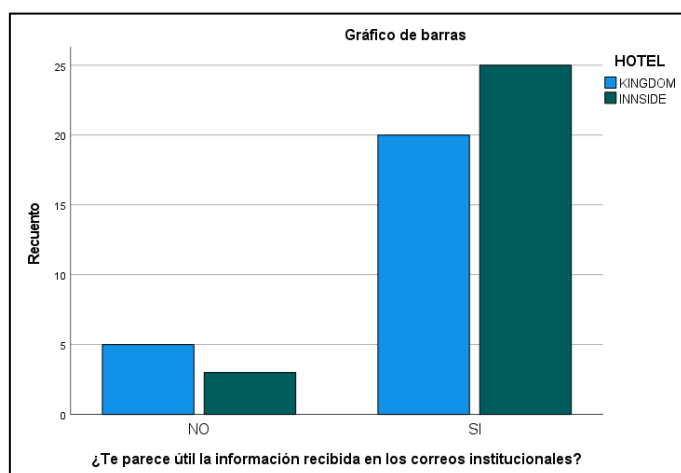


Figura 9. *Utilidad de correos institucionales*

4.2.4. Comunicación doble vía

En la siguiente tabla 11 se observa que el 83% le parece de gran ayuda la comunicación de doble vía, intercambio de ideas entre el emisor con el receptor, mientras que el 17% no puede llegar a tener este tipo de conversación ni con su propio jefe, recibiendo solo órdenes y/o quejas.

Tabla 11. *Pregunta 9, El sistema de comunicación de doble vía dentro de la organización ha ayudado en la mejora de tu área*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 9 | 17.0 | 17.0 | 17.0 |
| | SI | 44 | 83.0 | 83.0 | 100.0 |
| | Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

En la figura 10 se observa que en el Hotel de Miraflores 25 empleados le parece de gran ayuda la comunicación de doble vía, intercambio de ideas entre el emisor con el receptor, mientras que en el Hotel de Lince 17 colaboradores le parece de gran ayuda la comunicación de doble vía.

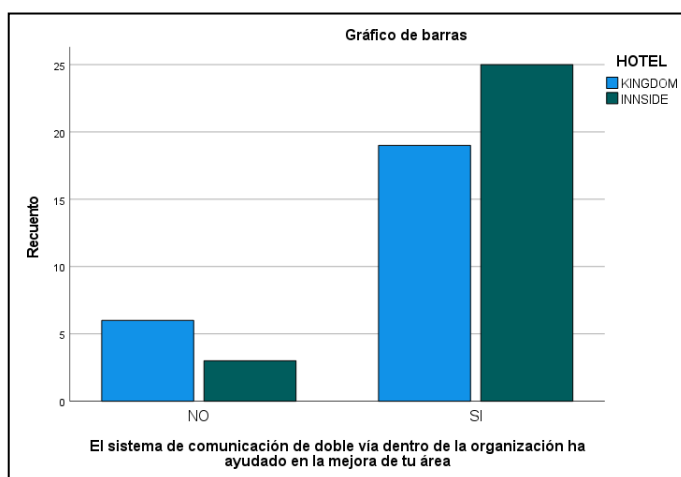


Figura 10. *Comunicación doble vía*

4.2.5. Reuniones informativas

En la siguiente tabla 12 se observa que el 77.4% recibe de manera conforme y a tiempo por correos institucionales o cualquier otro tipo de información dada por la empresa, sin embargo, el 22.6% tiene dificultades para poder obtener una adecuada información ya que usualmente tienen problemas para recibir la información completa dada por la empresa.

Tabla 12. *Pregunta 10, La información que recibe siempre a través de canales formales de comunicación (correos institucionales, boletín, vía telefónica)*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 12 | 22.6 | 22.6 | 22.6 |

| | | | | |
|-------|----|-------|-------|-------|
| SI | 41 | 77.4 | 77.4 | 100.0 |
| Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

En la figura 11 se observa que en el Hotel de Miraflores 25 empleados recibe de manera conforme y a tiempo por correos institucionales o cualquier otro tipo de información dada por la empresa y solo 8 colaboradores lo reciben de manera conforme

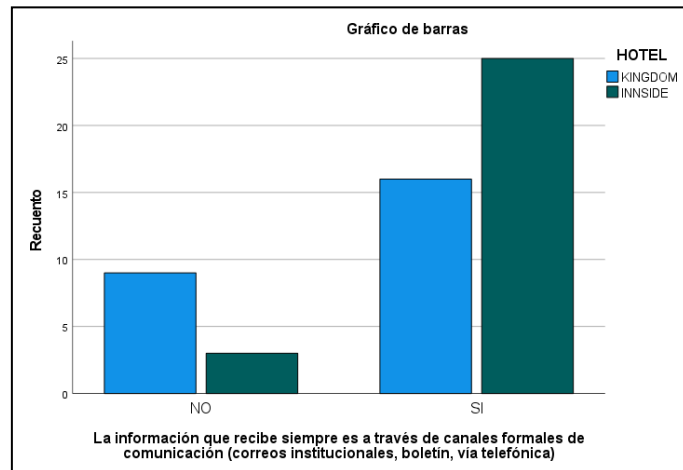


Figura 11. Reuniones informativas

4.2.6. Canales informales

Según (Jiménez, 2007) el canal informal es la que se crea y emite de manera no oficial, este tipo de comunicación también se puede presentar mediante noticias o comentarios, una de las características más comunes de este tipo de comunicación son los rumores. (pág. 77).

En la siguiente tabla 13 se observa que el 49.1% casi la mitad de los miembros encuestados indican que la información que reciben es totalmente verídica dada por la empresa, en cambio el 50.9% del personal encuetado, cabe recalcar que es un poco más de la mitad, indican que lastimosamente la información que les llega a ellos ha sido porque lo escucharon por otras personas que ni siquiera tiene que ver con su área y que su jefe inmediato no les comento nada al respecto.

Tabla 13. *Pregunta 11, La información que recibe sobre el hotel, usualmente se da a través de rumores*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 27 | 50.9 | 50.9 | 50.9 |
| | SI | 26 | 49.1 | 49.1 | 100.0 |
| | Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

En la siguiente figura 12 se observa que 17 empleados casi la mitad de los miembros encuestados del Hotel en Miraflores indican que la información que reciben es totalmente verídica dada por la empresa, en cambio solo 20 empleados encuestados del Hotel en Lince indican lo mismo.

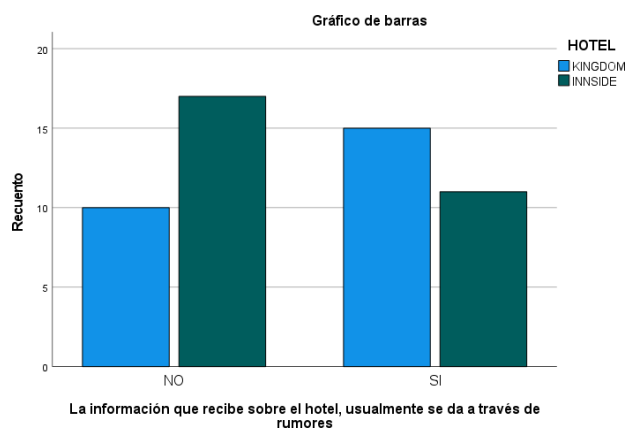


Figura 12. Canales informales

4.2.7. Resultado dimensión comunicación descendente

Tabla 14. *Comparativa porcentual entre la comunicación descendente por hotel*

| | | Hotel | | | |
|--------------------------|-------|-------------------|------------|--------|--------|
| | | Lince | Miraflores | Total | |
| Comunicación descendente | Bajo | Recuento | 4 | 3 | 7 |
| | | % dentro de Hotel | 16,0% | 10,7% | 13,2% |
| | Medio | Recuento | 7 | 1 | 8 |
| | | % dentro de Hotel | 28,0% | 3,6% | 15,1% |
| | Alto | Recuento | 14 | 24 | 38 |
| | | % dentro de Hotel | 56,0% | 85,7% | 71,7% |
| Total | | Recuento | 25 | 28 | 53 |
| | | % dentro de Hotel | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

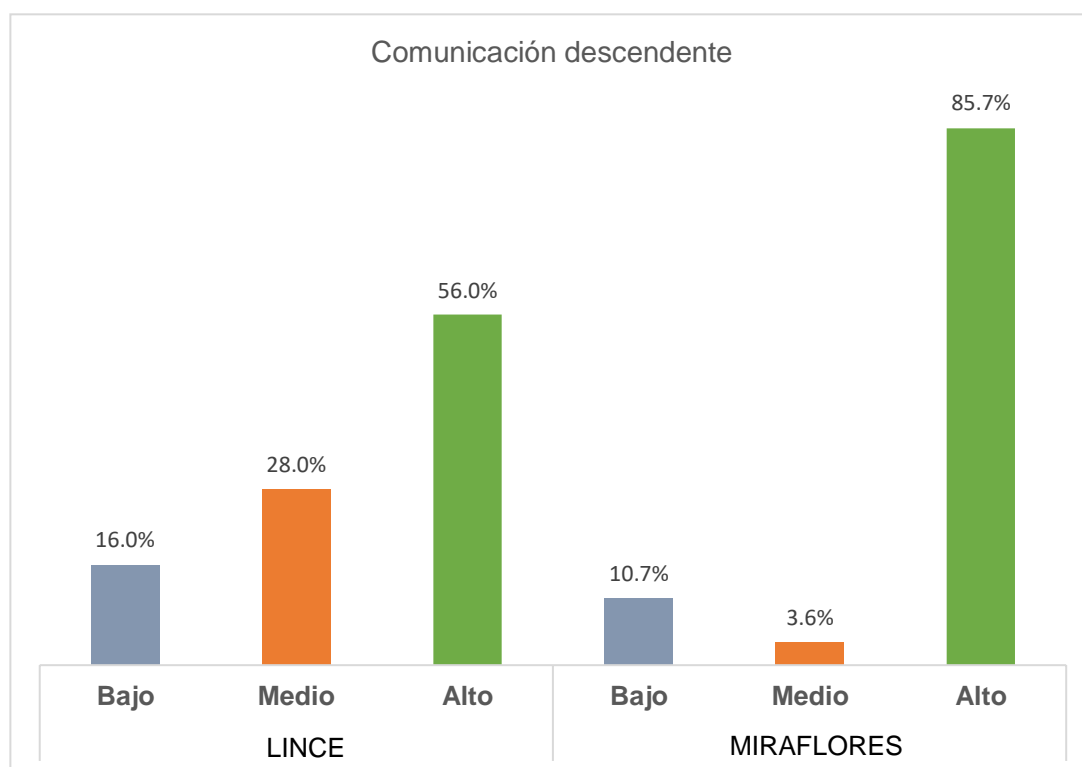


Figura 13. Comparativa porcentual entre la comunicación descendente por hotel

En base a la tabla 14 y figura 13, se pudo determinar con respecto a los niveles de comunicación descendente. Primero en el hotel de Lince se presentó en el 56% (14) de colaboradores un nivel alto de comunicación descendente a comparación del hotel de Miraflores donde el 85.7% (24) de colaboradores presentaron un nivel alto de comunicación descendente. Seguido en el hotel de Lince se presentó en el, 28% (7) de colaboradores con un nivel medio de comunicación descendente a comparación del hotel de Miraflores donde el 3.6% (1) de colaboradores presentaron un nivel medio de comunicación descendente. Con respecto a nivel bajo, en el hotel de Miraflores el 16% (4) de colaboradores presentaron un nivel bajo de comunicación descendente, a comparación del hotel de Lince donde 10.7% (3) de colaboradores presentaron un nivel bajo de comunicación descendente.

4.3. Comunicación horizontal

4.3.1. Reuniones por departamentos

(Gomez y Acosta, 2003) Nos dice que es el conjunto de personas que se reúnen para colaborar con ideas y/o conocimientos, enseñando sus habilidades que con esfuerzo llegan a una toma de decisión unánime.

En la siguiente tabla 15 se observa que el 90.6% está totalmente conforme por las reuniones que han tenido con su propio jefe inmediato ya que comentan que se han podido solucionar conflictos entre las mismas áreas o aclarado ciertos malos entendidos, pero el 9.4% esta disconforme ya que no toman en cuenta la opinión del mismo.

Tabla 15. *Pregunta 12, ¿Las reuniones por departamentos ha tenido resultados positivos para los colaboradores?*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 5 | 9.4 | 9.4 | 9.4 |
| | SI | 48 | 90.6 | 90.6 | 100.0 |
| | Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

En la siguiente figura 14 se observa que casi 28 empleados del Hotel en Miraflores y 20 empleados del Hotel en Lince están totalmente conforme por las reuniones que han tenido con su propio jefe inmediato ya que comentan que se han podido solucionar conflictos entre las mismas áreas o aclarado ciertos malos entendidos.

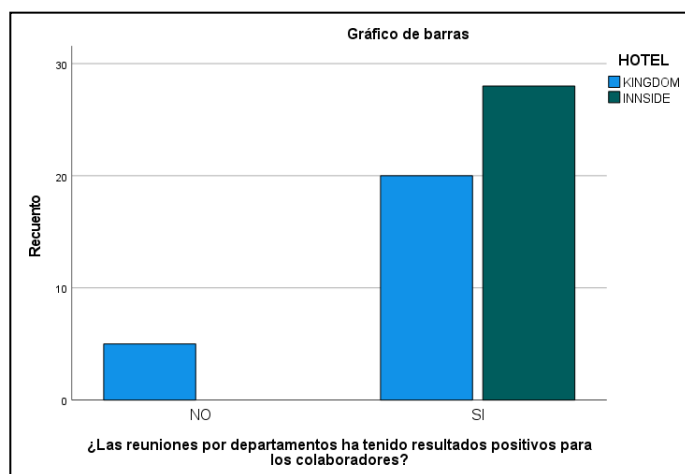


Figura 14. Reuniones por departamentos

4.3.2. Comunicación continua

En la siguiente tabla 16 se observa que el 77.4% la comunicación que se da entre su área es constante y de manera efectiva, tanto así que han observado mejoras dentro de la misma área, pero el 22.6% indica que pese la comunicación puede ser muy constante al parecer no llegan a tomar en cuenta la diferencia de opiniones de los demás miembros del área.

Tabla 16. Pregunta 13, La comunicación entre áreas se realiza de manera continua

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 12 | 22.6 | 22.6 | 22.6 |
| | SI | 41 | 77.4 | 77.4 | 100.0 |
| Total | | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

En la figura 15 se observa que 25 empleados indican que la comunicación que se da entre su área es constante y de manera efectiva, tanto así que han observado mejoras dentro de la misma área, pero solo 8 empleados de 41 Hotel en Lince indica que pese la comunicación puede ser muy constante al parecer no llegan a tomar en cuenta la diferencia de opiniones de los demás miembros del área.

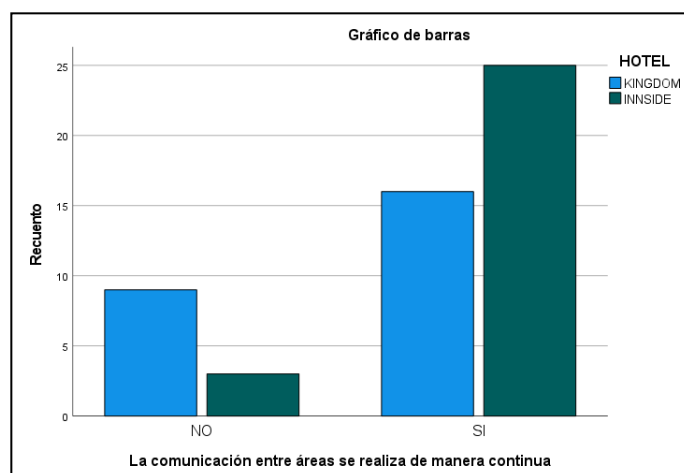


Figura 15. Comunicación continua

4.3.3. Uso de redes sociales

(Hutt, 2011) indica que las redes sociales, tanto en el ámbito general como corporativo obtienen un objetivo en común la cual es cumplir con una comunicación fluida y eficaz con grupos específicos de interés.

En la siguiente tabla 17 se observa que el 83% usa de manera correcta las redes sociales, siendo este su instrumento principal para la comunicación con los compañeros de la misma área y demás, facilitándoles así la rapidez de los mensajes, pero al 17% se les dificulta debido a que en este porcentaje se encuentran personas mayores de edad y actualizarse con las nuevas redes sociales se les es muy complicado.

Tabla 17. *Pregunta 14, Es eficiente el uso de las redes sociales para la comunicación entre áreas*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 9 | 17.0 | 17.0 | 17.0 |
| | SI | 44 | 83.0 | 83.0 | 100.0 |
| | Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

En la figura 16 se observa que 25 empleados del Hotel en Miraflores y 17 empleados del Hotel en Lince, usan de manera correcta las redes sociales, siendo este su instrumento principal para la comunicación con los compañeros de la misma área y demás, facilitándoles así la rapidez de los mensajes

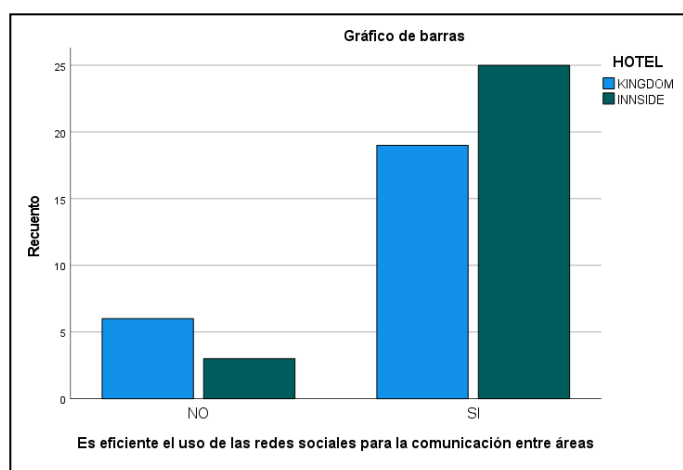


Figura 16. Uso de redes sociales

4.3.4. Uso de sistemas hoteleros

En la siguiente tabla 18 se observa que el 77.4% les parece muy útil el uso de los sistemas hoteleros ya que este ha ayudado a tener más efectividad en el rubro hotelero hacia los huéspedes, sin embargo, el 22.6% pese a que les ayuda están en disconformidad ya que hay momentos donde el sistema se les cae, deja de funcionar o simplemente tienen problemas con el mismo sistema, perjudicando así la buena atención que puedes brindarle al cliente.

Tabla 18. *Pregunta 15, El uso del Sistema Opera o Sistema Shiol ha hecho más ágil la comunicación entre áreas*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 12 | 22.6 | 22.6 | 22.6 |
| | SI | 41 | 77.4 | 77.4 | 100.0 |
| | Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

En la siguiente figura 17 se observa que 23 empleados del hotel en Miraflores y a 13 colaboradores en el Hotel de Lince, les parece muy útil el uso de los sistemas hoteleros ya que este ha ayudado a tener más efectividad en el rubro hotelero hacia los huéspedes.

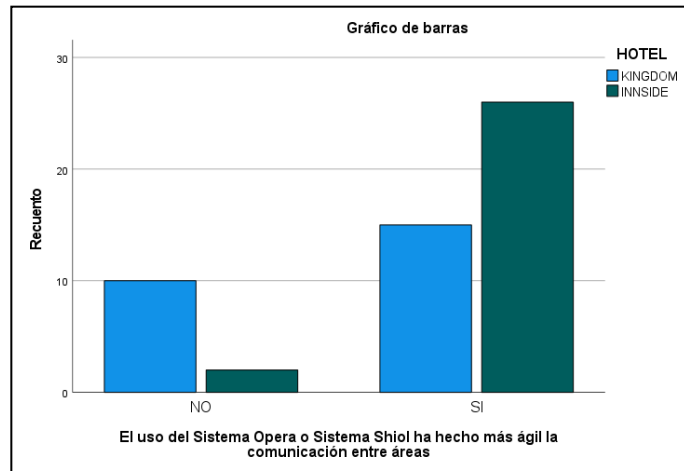


Figura 17. Uso de sistemas hoteleros

4.3.5. Uso de herramientas tecnológicas

En la siguiente tabla 19 se observa que el 86.8% tienen conocimientos sobre el uso de las nuevas tendencias de las redes sociales, ayudándoles así a actualizarse demasiado rápido a la hora de usar cualquier otro medio para comunicarse entre las áreas, sin embargo, un pequeño grupo de los colaboradores encuestados se les dificulta, este grupo son el 13.2% debido a que, por ser personas mayores de edad, no están tan familiarizados y pese a que se les explique, se les dificulta bastante.

Tabla 19. Pregunta 16, ¿Tiene conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas (whatsapp, mensajes, telegram) que permiten la comunicación fluida dentro de mi área de trabajo?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 7 | 13.2 | 13.2 | 13.2 |
| | SI | 46 | 86.8 | 86.8 | 100.0 |
| | Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

En la siguiente figura 18 se observa que 25 empleados del Hotel en Miraflores y 22 empleados del Hotel en Lince tienen conocimientos sobre el uso de las nuevas tendencias de las redes sociales, ayudándoles así a actualizarse demasiado rápido a la hora de usar cualquier otro medio para comunicarse entre las áreas.

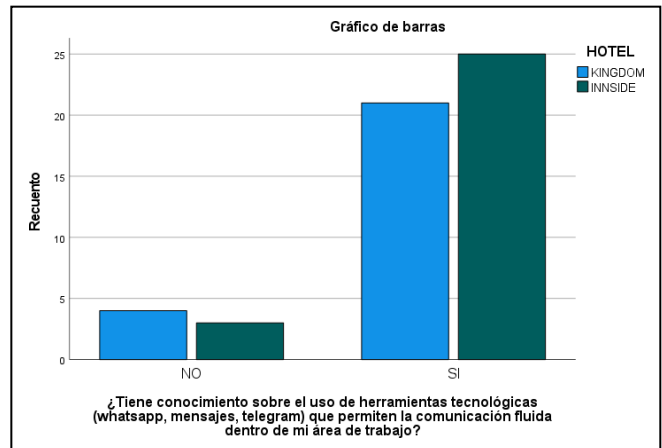


Figura 18. Uso de herramientas tecnológicas

4.3.6. Resultado dimensión comunicación horizontal

Tabla 20. Comparativa porcentual entre la comunicación horizontal por hotel

| | | | Hotel | | |
|-------------------------|-------------------|-------------------|--------|------------|--------|
| | | | Lince | Miraflores | Total |
| Comunicación horizontal | Bajo | Recuento | 5 | 1 | 6 |
| | | % dentro de Hotel | 20,0% | 3,6% | 11,3% |
| | Medio | Recuento | 3 | 2 | 5 |
| | | % dentro de Hotel | 12,0% | 7,1% | 9,4% |
| | Alto | Recuento | 17 | 25 | 42 |
| | | % dentro de Hotel | 68,0% | 89,3% | 79,2% |
| Total | Recuento | | 25 | 28 | 53 |
| | % dentro de Hotel | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

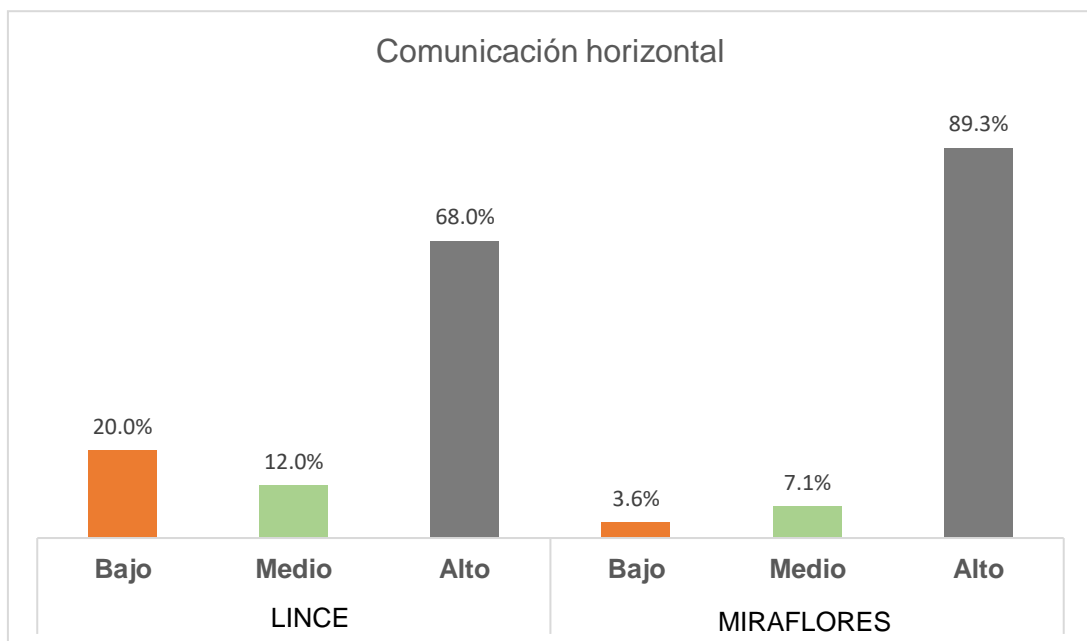


Figura 19. Comparativa porcentual entre la comunicación horizontal por hotel

En base a la tabla 20 y figura 19, se pudo determinar con respecto a los niveles de comunicación horizontal. Primero en el hotel de Lince se presentó en el 68% (17) de colaboradores un nivel alto de comunicación horizontal a comparación del hotel de Miraflores donde el 89.3% (25) de colaboradores presentaron un nivel alto. Seguido en el hotel de Lince se presentó en el, 12% (3) de colaboradores con un nivel medio de comunicación horizontal a comparación del hotel de Miraflores donde el 7.1% (2) de colaboradores presentaron un nivel medio de comunicación horizontal. Con respecto a nivel bajo, en el hotel de Miraflores el 20% (5) de colaboradores presentaron un nivel bajo de comunicación horizontal, a comparación del hotel de Lince donde 3.6% (1) de colaboradores presentaron un nivel bajo de comunicación horizontal.

4.4. Resultados de la comunicación interna

Tabla 21. *Comparativa porcentual entre la comunicación interna por hotel*

| | | Hotel | | | |
|----------------------|-------|-------------------|------------|--------|--------|
| | | Lince | Miraflores | Total | |
| Comunicación interna | Bajo | Recuento | 3 | 0 | 3 |
| | | % dentro de Hotel | 12,0% | 0,0% | 5,7% |
| | Medio | Recuento | 9 | 8 | 17 |
| | | % dentro de Hotel | 36,0% | 28,6% | 32,1% |
| | Alto | Recuento | 13 | 20 | 33 |
| | | % dentro de Hotel | 52,0% | 71,4% | 62,3% |
| Total | | Recuento | 25 | 28 | 53 |
| | | % dentro de Hotel | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Fuente: Resultados obtenidos mediante SPSS 28

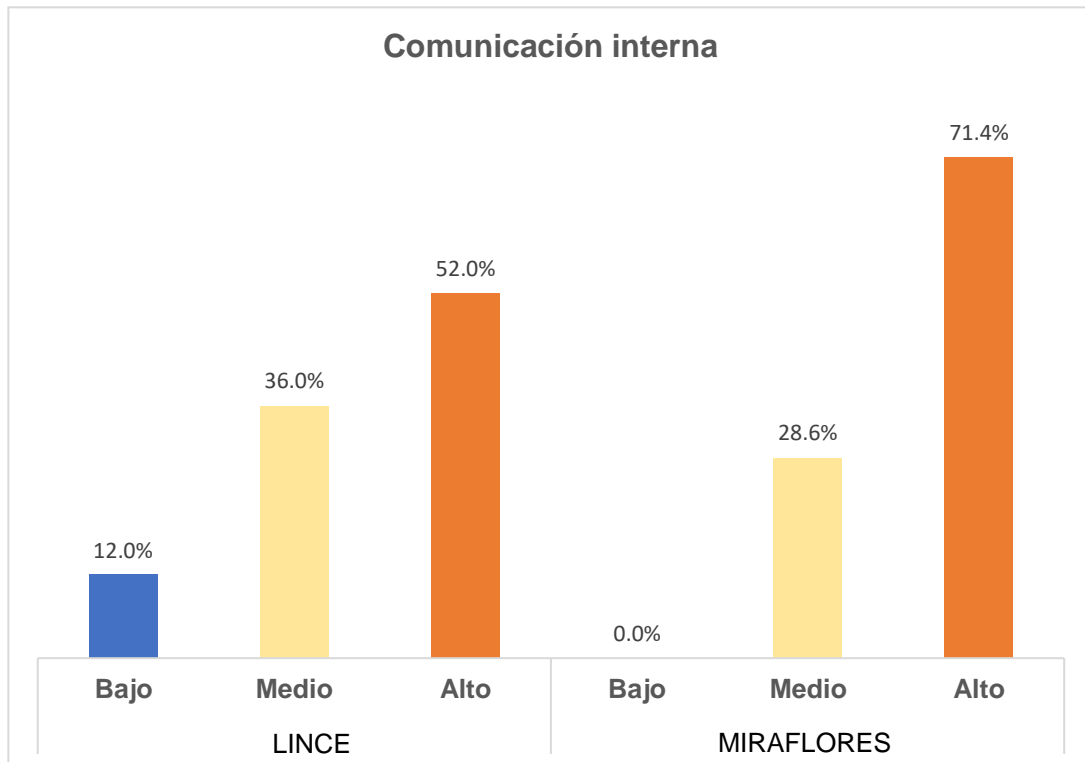


Figura 20. Comparativa porcentual entre la comunicación interna por hotel

En base a la tabla 21 y figura 20, se pudo determinar con respecto a los niveles de comunicación interna. Primero en el hotel de Lince se presentó en el 52% (13) de colaboradores un nivel alto de comunicación interna a comparación del hotel de Miraflores donde el 71.4% (20) de colaboradores presentaron un nivel alto. Seguido en el hotel de Lince se presentó en el, 36% (9) de colaboradores con un nivel medio de comunicación interna a comparación del hotel de Miraflores donde el 28.6% (8) de colaboradores presentaron un nivel medio de comunicación interna. Con respecto a nivel bajo, en el hotel de Miraflores el 12% (3) de colaboradores presentaron un nivel alto, a comparación del hotel de Lince donde 0% (0) de colaboradores no presentaron un nivel bajo de comunicación interna.

V. DISCUSIÓN

Del objetivo general, comparar la comunicación interna en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima, se pudo determinar en base a la tabla 21 y figura 20, con respecto a los niveles de comunicación interna, en el hotel en Lince se presentó en el 52% (13) de colaboradores un nivel alto de comunicación interna a comparación del hotel en Miraflores donde el 71.4% (20) de colaboradores presentaron un nivel alto. Mostrando similitudes a nivel de comunicación interna por parte de los colaboradores en los hoteles de Lince y Miraflores, manejando de manera adecuada la comunicación ascendente, descendente y horizontal, logrando beneficiarse los colaboradores y los clientes.

Tuvo similitud con el estudio de Charry (2018) estableciendo la correlación entre comunicación interna y clima organizacional ($r_s=0.959$ y $p<0.05$), concluyendo que existió una correlación directa y significativa entre la comunicación interna y clima organizacional, mejorando la gestión y actividades de la organización. Asimismo, tiene similitud con el estudio de Gonzalo (2019) evaluó una propuesta para mejorar la comunicación interna, porque mejora las relaciones interpersonales entre los colaboradores y el jefe, también se mejora mediante reconocimiento por logro, la comunicación adecuada para resolver problemáticas en la organización, fomentar la comunicación entre compañeros laborales y la comunicación efectiva por parte del jefe para la designación de actividades laborales. Además, tuvo semejanza con el estudio de Ophilia y Hidayat (2021) sobre el análisis la comunicación interna a través de la descripción, producción y recepción de mensajes adecuados para el cambio organizacional, debido a la mejorar de la perspectiva de la gerencia y los empleados durante este tipo de metodología de comunicación interna generando cambios en los líderes. Teniendo también similitud con el estudio de Trujillo (2017) sobre la influencia de la comunicación interna en los colaboradores para mejorar sus actividades laborales, generando en el 69.3% de colaboradores una colaboración intrapersonal alta, mientras que, en el 52.9% generó una comunicación interna moderada, demostrando una influencia de la comunicación interna en instituciones ($r_p=0.872$ y $p<0.05$). Además, tuvo concordancia con el estudio de Vidarte (2019) sobre el análisis de correlación existente en la

comunicación interna y clima organizacional, donde el 36.4% de colaboradores afirmaron que casi siempre en la organización se incentivó y empleó la comunicación interna, mientras que, el 58.6% de colaboradores afirmaron que a veces empleó e incentivo la comunicación interna entre todos los puestos laborales, existiendo una correlación significativa entre comunicación interna y clima organizacional ($p=0.000 < 0.05$). Asimismo, tuvo concordancia con el estudio de Bueno y Cosme (2019) sobre la comunicación interna en organizaciones, determinando que la gestión de la organización y estrategia de comunicación interna influye en los colaboradores, determinando en una organización, el 90.3% de colaboradores presentaron un nivel óptimo de comunicación interna a comparación de la segunda organización donde solo el 9.7% de colaboradores presentaron un nivel optimó de comunicación interna. Asimismo, tiene relación con el estudio de Moya (2020) sobre la correlación entre la comunicación interna y percepción de los consumidores de calidad de la atención, determinando, el 55% de colaboradores consideró la comunicación interna es buena en la organización y el 25% afirmaron que es excelente, esta existencia demostró la correlación entre la gestión adecuada de la comunicación interna y mejora de las aptitudes y actitudes de los colaboradores, logrando demostrar una calidad del servicio óptima para el público..

Estos resultados se sustentaron en la teoría del modelo del diagrama de Lasswell, donde considera las intenciones de las personas para comunicarse, debiendo realizar de manera adecuada, mediante expresiones concretas sobre las razones, motivos que determinan el medio de comunicación, junto con las condiciones de recepción (Ruiz, 2012).

Del objetivo específico 1, Comparar la comunicación ascendente en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima, se pudo determinar en base a la tabla 7 y figura 6, con respecto a los niveles de comunicación ascendente, en el hotel de Lince se presentó en el 44% (11) de colaboradores un nivel alto de comunicación ascendente a comparación del hotel de Miraflores donde el 50% (14) de colaboradores presentaron un nivel alto.

Estos resultados tuvieron similitud con el estudio de Castro y Díaz (2020) sobre la comunicación interna ascendente, demostrando una comunicación formal y ascendiente de los diversos puestos hacia los directivos, demostrando un nivel

adecuado en 53.8% de organizaciones mediante la gestión adecuada de los colaboradores, mientras que cuando hay determinada acción puntual y esporádica el 46.2% emplean una estrategia de comunicación interna con apoyo de los colaboradores. Asimismo, tuvo similitud con el estudio de April et al. (2019) examinaron el efecto del liderazgo transformacional y la comunicación organizacional interna de manera ascendente y transparente cultivando la confianza de los colaboradores, existiendo una asociación positiva fuerte entre el liderazgo y la comunicación interna ascendente ($r=0.76$, $p < 0.001$), influyendo en los empleados cuando se realizan cambios, asociándose de manera positiva la confianza organizacional con los empleados, lo que a su vez influyó positivamente en la apertura de los empleados al cambio.

Se sustentó con la teoría de la contingencia descrita por Chiavenato (2019) donde expresó, la compleja naturaleza de los individuos y organizaciones debido a la influencia de diversos factores que afectaran las decisiones y objetivos planteado de las organizaciones, ya que dependerá de cada circunstancia ambiental y tecnológica.

Del objetivo específico 2, Comparar la comunicación descendente en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima, se determinó en base a la tabla 14 y figura 13, los niveles de comunicación descendente en el hotel en Lince se presentaron en el 56% (14) de colaboradores un nivel alto de comunicación descendente a comparación del hotel en Miraflores donde el 85.7% (24) de colaboradores presentaron un nivel alto de comunicación descendente.

Estos resultados tuvieron similitud con el estudio de Castro y Díaz (2020) sobre la comunicación interna descendente, detallaron que la gestión de la comunicación interna en el 46.2% instituciones médicas, fue gestionado por el director de RH, el 30.8% por parte de la dirección ejecutiva, mientras que, el 30.8% por la dirección general, por otra parte, el 15.4%, por la parte de directivos gerenciales, y el 7.7% de organizaciones por los directivos área de de la comunicación. Asimismo, tuvo concordancia con el estudio de Pazmay (2019) sobre una propuesta a evaluar para mejorar la comunicación interna descendente mediante una adecuada gestión, mediante la transmisión relevante de información para el cumplimiento de actividades laborales del colaborador.

Asimismo, tuvo concordancia con el estudio de Bøtcher y Houlberg (2021) de evaluaciones de la fuerza de la relación entre las diferentes formas de liderazgo (transformacional y transaccional) y la comunicación interna descendente, demostrando la existencia de una relación entre las recompensas verbales y comunicación interna descendente.

Se sustentó con el enfoque teórico general de Luhman, detallando, desde la percepción del sistema social, la comunicación y su manera de emplearlo generan procedimientos, logrando la evolución de sistemas sociales y se auto reproducen, siendo cada sistema social un conjunto de selección y distinción de posibles operadores para comunicarse, las cuales se manejan por sistemas (organizaciones de diversos rubros, entre otros), subsistemas y cada entorno asociado a estos (como se citó en Brown, 2018).

Del objetivo específico 3, Comparar la comunicación horizontal en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima, se determinó en base a la tabla 20 y figura 19, con respecto a los niveles de comunicación horizontal en el hotel de Lince se presentó en el 68% (17) de colaboradores un nivel alto de comunicación horizontal a comparación del hotel de Miraflores donde el 89.3% (25) de colaboradores presentaron un nivel alto.

Teniendo similitud con el estudio de Arab y Muneeb (2019) sobre la comunicación efectiva interna como una estrategia para mejorar el desempeño de la organización ($r=0.35$), demostrando la relevancia de la comunicación interna horizontal, ya que el flujo de comunicación es natural y fluido en una organización que provoca un buen desempeño organizacional y cuando la comunicación es efectiva, entonces los empleados hacen sus tareas de manera efectiva, lo cual provoca el desempeño de la organización. Asimismo, tuvo concordancia con el estudio de Cabrera et al. (2020) sobre la gestión adecuada de la comunicación interna horizontal, logró que el 66.4% de colaboradores tuvieran un nivel alto, siendo adecuada por emplearse canales informales, espontáneos posibilitando una organización eficiente, siendo directa la comunicación horizontal, adicionando el respeto y valores culturales de la región

VI. CONCLUSIONES

Se concluyó, existió similitudes en los niveles de comunicación interna entre los dos hoteles del estudio, en el hotel en Lince se presentó en el 52% (13) de colaboradores un nivel alto de comunicación interna y en el hotel de Miraflores el 71.4% (20) de colaboradores presentaron un nivel alto. Mostrando similitudes a nivel de comunicación interna por parte de los colaboradores en los hoteles de Lince y Miraflores, demostrando una gestión similar de manera interna entre las áreas de housekeeping y recepción.

Se determino, una existencia de similitud en los niveles de comunicación ascendente de los hoteles, en el hotel de Lince se presentó en el 44% (11) de colaboradores un nivel alto de comunicación ascendente y en el hotel de Miraflores el 50% (14) de colaboradores presentaron un nivel alto de comunicación ascendente. Demostrando una gestión y comunicación interna adecuada en las áreas de housekeeping y recepción, brindando la autorización y permiso para compartir información a los colaboradores con puestos de menor jerarquía con los puestos de mayor jerarquía, sin prohibición alguna.

Se infirió, una existencia de similitud en los niveles de comunicación descendente de los hoteles, en el hotel de Lince en el 56% (14) de colaboradores un nivel alto de comunicación descendente y en hotel de Miraflores el 85.7% (24) de colaboradores presentaron un nivel alto de comunicación descendente. Corroborando una gestión adecuada para la comunicación interna descendente desde los puestos con mayor jerarquía en las áreas de housekeeping y recepción hacia los de menor jerarquía.

Se determino, una existencia de similitud en los niveles de comunicación horizontal de los hoteles, en el hotel de Lince se presentó en el 68% (17) de colaboradores un nivel alto de comunicación horizontal y en el hotel de Miraflores el 89.3% (25) de colaboradores presentaron un nivel alto. Demostrando una comunicación interna adecuada entre los colaboradores de las áreas de housekeeping y recepción, también con puestos de mayor jerarquía de estas áreas.

VII. RECOMENDACIONES

El establecimiento y mejora en las políticas de gestión de las áreas de housekeeping y recepción de los hoteles de Lince y Miraflores, para poder orientar el desarrollo y sostener los ambientes laborales óptimos de las áreas, facilitando una comunicación interna efectiva y aporte en el cumplimiento de objetivos de los hoteles.

Se recomienda plantear estrategias para el desarrollo de habilidades el liderazgo y gestión del talento humano de los jefes de las áreas de housekeeping y recepción de los hoteles de la investigación, asegurando una comunicación interna adecuada empleada e incentivada por los jefes a los colaboradores.

El establecimiento y formulación de una manual de comunicación interna, para así explicar los valores, cultura y acciones a realizar por parte de los colaboradores de todos los puestos laborales, para emplear los modelos adecuados de optimización de la comunicación ascendente, descendente y horizontal.

Se recomienda realizar y mejorar las reuniones realizadas por las áreas de housekeeping y recepción de los hoteles, para así incentivar la participación de los colaboradores, interiorizando de esta manera la cultura, valores y objetivos de los hoteles a corto y largo plazo.

REFERENCIAS

- Andrade, H. (2010). Comunicación Organizacional Interna, Proceso, Disciplina, Técnica. Madrid, España: Gesbiblo S.L.
- April et al. (2019). Bridging transformational leadership, transparent communication, and employee openness to change: The mediating role of trust. *Public Relations Review*, 45(3). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.04.012>
- Arab, Z. y Muneeb, A. (2019). Effective Communication as a Strategy for Enhancing Organizational Performance. *Kardan Journal of Economics and Management Sciences*, 2 (1). Recuperado de <https://kardan.edu.af/data/public/files/v2i1-724092019021050.pdf>
- Avanza Sostenible (2019). Libertador Hotels, Resorts & Spas Perú. Recuperado de https://www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/RS_B60005-2019%20-%20Seccion%20B.pdf
- Biblioteca Nacional del Perú (2021). Resolución de la Gerencia General N° 0000 33 – 2021 – BNP – GG. Recuperado de https://www.bnp.gob.pe/documentos/resolucion_gerencia_general/2021/RGG-033-2021-BNP-GG.pdf
- Bøtcher, C. y Houlberg, H. (2021). Leadership strategies and internal communication in public organizations. *International Journal of Public Sector Management*, 34(2). <https://doi.org/10.1108/IJPSM-03-2020-0086>
- Brown, J. (noviembre, 2018). La teoría de sistemas de Niklas Luhmann y sus implicaciones para el Partido Acción Nacional. *Bien común*, 284. Recuperado de <http://frph.org.mx/bdigital/registro.php?id=abc284-02>
- Bueno, A. y Cosme, H. (2019). Estudio Comparativo de la Comunicación Interna entre la Empresa Corsaa S.A.C. y WYM S.R.L. SJL 2019 (tesis título). Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/79385/Aba nto_BM_Hurtado_CM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Cabrera, A., Quijada, P. y Alania, R. (2020). Comunicación interna en los socios de un mercado de la Sierra Central del Perú. *Socialum*, 4(2). <https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2020.4.2.673>
- Carro y Gonzáles (2008). *Administración de la calidad total*. Recuperado de <https://docplayer.es/339172-Administracion-de-la-calidad-total.html>
- Castro, A. y Díaz, P. (2020). Gestión de la comunicación interna y externa en instituciones hospitalarias privadas en España durante la crisis del COVID-19. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(2). Recuperado de <http://www.revistadecomunicacionysalud.es/index.php/rcys/article/view/28/193>
- Charry, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comunicación*, 9(1). Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003
- Chiavenato, I. (2009). Administración de recursos humanos. Recuperado de https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recurso_humanos_-_chiavenato.pdf
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración*. (10.^a ed.). México: McGraw-Hill.
- Chiang, M. (2012). Comunicación Interna – Dirección y Gestión de Empresas. Málaga. España: Editorial Vértice.
- Corral, Y. (2014). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. España: Editorial Académica Española
- Ebel, R. (1977). Fundamentos de medición educacional. Argentina: Guadalupe
- Fernandez, D. (2010). Comunicación Empresarial y Atención al Cliente. Madrid, España: Paraninfo.
- Gallardo, E. (2017). *Metodología de la investigación: manual autoformativo interactivo*. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf

- Gonzalo, S. (2019). Mejoramiento de comunicación interna en empresas de calzado en Tungurahua-Ecuador. *Revista Podium*, 36. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2588-09692019000100023
- Manual de planificación, seguimiento y evaluación de los resultados de desarrollo (2009). *Manual de planificación, seguimiento y evaluación de los resultados de desarrollo*. https://procurement-notices.undp.org/view_file.cfm?doc_id=134774
- Martínez, J. (2013). Los sistemas de información en el sector hotelero: un modelo de éxito [tesis de doctorado, Universidad de Gerona]. Universidad de Gerona Repositorio Institucional de Gerona. <https://www.tdx.cat/handle/10803/319717#page=1>
- Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social (2018). Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) (I): nuevas formas de organización del trabajo. <https://www.insst.es/documents/94886/566858/ntp-1122w.pdf/baa93260-6840-4b9b-9abb-b6980b7f8f71>
- Moya, S. (2020). Relación entre la comunicación interna y La percepción de la calidad en el servicio por los socios de la cooperativa de Ahorro y crédito LEÓN XIII DE TRUJILLO, en el año 2020 (tesis de título). Recuperado de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27610/Moya%20Luz%20Stacy%20Arlyn.pdf?sequence=11&isAllowed=y>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J. y Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de la tesis*. Recuperado de https://edicionesdelau.com/wp-content/uploads/2018/09/Anexos-Metodologia_%C3%91aupas_5aEd.pdf
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., Villagómez, A. *Metodología de la investigación Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de la tesis*. Recuperado de <https://fdiazca.files.wordpress.com/2020/06/046.-mastertesis-metodologicc81a-de-la-investigaciocc81n-cuantitativa-cualitativa-y-redacciocc81n-de-la-tesis-4ed-humberto-ncc83aupas-paitacc81n-2014.pdf>

- Organización Internacional del Trabajo (2017). Pautas de la OIT sobre trabajo decente y turismo socialmente responsable. Recuperado de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/normativeinstrument/wcms_546341.pdf
- Ophilia, A. y Hidayat, Z. (2021). Leadership Communication during Organizational Change: Internal Communication Strategy: A Case Study in Multinational Company Operating in Indonesia. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(2). <https://doi.org/10.36941/ajis-2021-0035>
- Organización Internacional del Trabajo (s.f.). *Hotelería, restauración, turismo*. Recuperado de <https://www.ilo.org/global/industries-and-sectors/hotels-catering-tourism/lang--es/index.htm>
- Organización de Naciones Unidas (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Organización Mundial de Turismo (OMT, 2022). El turismo inicia 2022 fuerte, mientras se enfrenta a nuevas incertidumbres. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/news/turismo-inicia-2022-fuerte-pero-se-enfrenta-a-nuevas-incertidumbres>
- Pazmay, S. (2019). Mejoramiento de comunicación interna en empresas de calzado en Tungurahua-Ecuador. *Podium*, 36. <https://doi.org/10.31095/podium.2019.36.2>
- Robbins, S. y Coulter, M. (2014) Administración. 10ma edición. Recuperado de https://www.academia.edu/5702318/Administraci%C3%B3n_Stephen_Robbins_y_Mary_Coulter
- Ruiz, L. (11 de Octubre de 2012). *Teorías de la comunicacion*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/LizbethRuiz/teoras-de-la-comunicacin-y-modelos-comunicativos>
- Ruíz, O. y López, S. (2011). *CEO - Operaciones administrativas de recursos humanos* GM. <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448169352.pdf>

- Sandoval, R. (2011). *Redes sociales en las organizaciones*.
<https://core.ac.uk/download/pdf/55531401.pdf>
- Sánchez, H., Reyes, C. y Mejía, K. (2018). *Manual de término en investigación científica, tecnológica y humanística*.
<https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- SERVIR (2022). Importancia de la comunicación interna en la incertidumbre. Recuperado de <https://www.servir.gob.pe/boletin-gestionarh-no02/importancia-de-la-comunicacion-interna-en-la-incertidumbre/>
- 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 (tesis de título). Recuperado de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2193/TESIS%20DE%20TRUJILLO%20MARI%C3%91O%20LUPE%20KARIN.pdf>
- Vidarte, J. (2019) La comunicación interna y su relación con el clima organizacional en las instituciones públicas. Caso: Consejo Nacional de la Magistratura (tesis de título). Recuperado de https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/10372/Vidarte_rj.pdf?sequence=3

ANEXOS

Anexo. Tabla matriz operacional de la variable

| Variable de estudio | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Instrumento |
|----------------------|--|--|--------------------------|------------------------------------|--------------|
| Comunicación interna | Para Chiang, (2012, pág. 87) el objeto de la comunicación interna de las empresas es permitir el alineamiento del esfuerzo de todos sus integrantes. La comunicación interna en la empresa constituye uno de los elementos centrales para articular las relaciones entre los diferentes departamentos de la organización empresarial | La comunicación interna en la empresa constituye las relaciones entre los diferentes departamentos de la organización empresarial mediante la comunicación ascendente, descendente y horizontal. | Comunicación ascendente | Reuniones de sugerencias | Cuestionario |
| | | | | Efectividad comunicación email | |
| | | | | Accesibilidad correos corporativos | |
| | | | | Reuniones en las áreas | |
| | | | | Reuniones periódicas | |
| | | | Comunicación descendente | Anuncios institucionales | |

| | | | | | |
|--|--|--|-------------------------|-------------------------------------|--|
| | | | | Foros informativos | |
| | | | | Utilidad de correos institucionales | |
| | | | | Comunicación doble vía | |
| | | | | Reuniones informativas | |
| | | | | Canales informales | |
| | | | Comunicación horizontal | Reuniones por departamentos | |
| | | | | Comunicación continua | |
| | | | | Uso de redes sociales | |
| | | | | Uso de sistemas hoteleros | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | Uso de herramientas tecnológicas | |
|--|--|--|--|--|--|

Anexo 2. Matriz de consistencia

| Título: Estudio comparativo de la comunicación interna en las áreas de housekeeping y recepción en los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima – 2022 | | | | | |
|--|--|--|------------------------------------|--|--------------------------|
| Problemas | | Objetivos | | Variables e indicadores | |
| Problema General: | | Objetivo general: | | Variable: Comunicación interna | |
| | | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de valores |
| ¿Cómo es la comunicación Interna en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas en la ciudad de Lima? | | Comparar la comunicación interna en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima | | | |
| Problemas Específicos: | | Comunicación ascendente | Reunión de sugerencias | ¿Se realiza una vez al mes reuniones de sugerencias en el área? | Si No |
| | | | Efectividad comunicación email | ¿Te parece que la forma de comunicación a través de mail es efectiva? | |
| | | | Accesibilidad correos corporativos | ¿El personal tiene acceso a los correos electrónicos de gerentes y áreas corporativas? | |

| | | | | | |
|--|---|--------------------------|-------------------------------------|---|--|
| | | | Reuniones en las áreas | ¿Se realiza periódicamente reuniones en el área? | |
| | | | Reuniones periódicas | ¿Está usted interesado por las reuniones periódicas en el área? | |
| a) ¿Como es la comunicación ascendente en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima? | a) Comparar la comunicación ascendente en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima | Comunicación descendente | Anuncios institucionales | Respecto a los anuncios difundidos por institución ¿Le beneficia la información recibida? | |
| b) ¿Como es la comunicación descendente en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima? | b) Comparar la comunicación descendente en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima | | Foros informativos | ¿Te parece útil la información recibida en los Foros Informativos? | |
| c) ¿Como es la comunicación horizontal en las áreas de Housekeeping y Recepción en | | | Utilidad de correos institucionales | ¿Te parece útil la información recibida en los | |

| | | | | | |
|--|--|--|---------------------------|--|--|
| los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima? | c) Comparar la comunicación horizontal en las áreas de Housekeeping y Recepción en los Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima | | | correos institucionales? | |
| | | | Comunicación de doble vía | ¿El sistema de comunicación de doble vía dentro de la organización ayudado en la mejora de tu área? | |
| | | | Reuniones informativas | ¿La información que recibe siempre es a través de canales formales de comunicación (correos institucionales, boletín, vía telefónica)? | |
| | | | Canales informales | ¿La información que recibe sobre el hotel usualmente se | |

| | | | | | |
|--|--|-------------------------|-----------------------------|---|--|
| | | | | da a través de rumores? | |
| | | Comunicación horizontal | Reuniones por departamentos | ¿Las reuniones por departamentos ha tenido resultados positivos para los colaboradores? | |
| | | | Comunicación continua | ¿La comunicación entre áreas se realiza de manera continua? | |
| | | | Uso de redes sociales | ¿Es eficiente el uso de las redes sociales para la comunicación entre áreas? | |
| | | | Uso de sistemas hoteleros | ¿El uso del Sistema Opera o el Sistema Shiol, ha hecho más | |

| | | | | | |
|--|--|--------------------------------------|--|---|--|
| | | | | ágil la comunicación entre áreas? | |
| | | | Uso de herramientas tecnológicas | ¿Tiene conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas (whatsapp, mensajes y/o telegram) que permiten la comunicación fluida dentro de mi área de trabajo? | |
| Diseño de investigación: | | Población y Muestra: | Técnicas e instrumentos: | | Método de análisis de datos: |
| Enfoque: Cuantitativo Tipo: Aplicado Nivel: Descriptivo comparativo Diseño: No experimental | | Población: 53 Muestra: Censal | Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario | | Descriptiva: Descripción estadística porcentual y de frecuencia (cantidad) por niveles según dimensiones y variables |

Anexo 3. Instrumento de recolección de datos

Encuesta de Comunicación Interna

Nota:

1. El presente instrumento tiene la finalidad de determinar las diferencias y similitudes de la comunicación interna en las áreas de Housekeeping y recepción en los hoteles de 4 estrellas en Miraflores y Lince, 2022.
2. Solicitamos contestar de la manera más honesta y con la verdad.
3. Se llevará de manera confiable y *confidencial* esta información

Datos del encuestado:

| | | | | | | |
|----------------|---|---|--------------|--|--|--|
| Género: | M | F | Edad: | | Tiempo laborando en la empresa: | |
|----------------|---|---|--------------|--|--|--|

Instrucciones:

A continuación, se le presenta tres dimensiones de comunicación interna a evaluar en esta encuesta (Comunicación ascendente, descendente y horizontal) las cuales tendrán dos opciones de respuesta que aparecerán en **negrita**, marcar con una x la respuesta que más refleje la percepción que tiene usted con respecto a su centro de labor

- Solo puede marcar una respuesta por enunciado

| | |
|----|--------------------------|
| SI | <input type="checkbox"/> |
| NO | <input type="checkbox"/> |

| Comunicación Ascendente | | SI | NO |
|--|--|-----------|-----------|
| Reuniones de sugerencias | | | |
| 01. | ¿Se realiza una vez al mes reuniones de sugerencias en el área? | | |
| Correo electrónico | | | |
| 02. | Te parece que la forma de comunicación a través de mail es efectiva | | |
| 03. | ¿El personal tiene acceso a los correos electrónicos de gerentes y áreas corporativas? | | |
| Reuniones periódicas | | | |
| 04. | ¿Se realiza periódicamente reuniones en el área? | | |
| 05. | ¿Está usted interesado por las reuniones periódicas en el área? | | |
| Comunicación Descendente | | SI | NO |
| Publicaciones institucionales | | | |
| 06. | Respecto a los anuncios difundidos por la empresa, ¿le beneficia la información recibida? | | |
| 07. | ¿Te parece útil la información recibida en los Foros Informativos? | | |
| 08. | ¿Te parece útil la información recibida en los correos institucionales? | | |
| Reuniones informativas | | | |
| 09. | El sistema de comunicación de doble vía dentro de la organización ayudado en la mejora de tu área. | | |
| 10. | La información que recibe siempre es a través de canales formales de comunicación (correos institucional, boletín, vía telefónica) | | |
| Canales informales | | | |
| 11. | La información que recibe sobre el hotel usualmente se da a través de rumores | | |
| Comunicación Horizontal | | SI | NO |
| Reuniones por departamentos o grupos de trabajo | | | |
| 12. | ¿Las reuniones por departamentos ha tenido resultados positivos para los colaboradores | | |
| 13. | La comunicación entre áreas se realiza de manera continua. | | |
| Redes sociales y aplicaciones | | | |
| 14. | Es eficiente el uso de las redes sociales para la comunicación entre áreas | | |
| 15. | El uso del sistema Opera o Sistema Shiol ha hecho más ágil la comunicación entre áreas | | |
| 16. | ¿Tiene conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas (whatsapp, mensajes, Telegram) que permiten la comunicación fluida dentro de mi área de trabajo? | | |

Anexo 4. Validación del instrumento

| EXPERTOS | GRADO ACADÈMICO | OPINIÒN DE APLICABILIDAD |
|---------------------------|-----------------------|--|
| Tovar Carlos Zacarías, | Mg. en Administración | Según el Mg. Tovar, nos recomendó que más adelante realizáramos entrevistas y profundizar en antecedentes internacionales en inglés. APLICABLE |
| Reyes Castañeda, Pedro | Mg. en Administración | APLICABLE |
| Jara Miranda, Robert | Dr. en Administración | Según el Dr. Jara, nos recomendó realizar un cambio a nuestro título, profundizar en la justificación y escoger el verbo correcto para los objetivos. APLICABLE |

Anexo 5. Confiabilidad del instrumento

| N° | ITEMS | | | | | | | | | | | | | | | | Vt | |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|------|------|
| | ITEM 1 | ITEM 2 | ITEM 3 | ITEM 4 | ITEM 5 | ITEM 6 | ITEM 7 | ITEM 8 | ITEM 9 | ITEM 10 | ITEM 11 | ITEM 12 | ITEM 13 | ITEM 14 | ITEM 15 | ITEM 16 | | |
| 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 11 | |
| 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 16 | |
| 3 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 7 | |
| 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 13 | |
| 5 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 10 | |
| 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 16 | |
| 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 14 | |
| 8 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 16 | |
| 9 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 15 | |
| 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 14 | |
| 11 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 16 | |
| 12 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 9 | |
| 13 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 16 | |
| 14 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 14 | |
| 15 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 10 | |
| p | 0.93 | 0.73 | 0.73 | 0.93 | 0.73 | 0.73 | 0.93 | 0.87 | 0.87 | 0.73 | 0.73 | 0.93 | 0.87 | 0.80 | 0.80 | 0.80 | Vt | 8.98 |
| q = (1-p) | 0.07 | 0.27 | 0.27 | 0.07 | 0.27 | 0.27 | 0.07 | 0.13 | 0.13 | 0.27 | 0.27 | 0.07 | 0.13 | 0.20 | 0.20 | 0.20 | | |
| pq | 0.06 | 0.20 | 0.20 | 0.06 | 0.20 | 0.20 | 0.06 | 0.12 | 0.12 | 0.20 | 0.20 | 0.00 | 0.12 | 0.16 | 0.16 | 0.16 | 2.19 | |

MÉTODO DE KUDER - RICHARSON

$$v_T = \frac{n}{n-1} \times \frac{v_T - \sum pq}{v_T}$$

| | | | |
|--------|-----------|-----------|--------------|
| Donde: | Vt: 8.98 | Entonces: | KR(20): 0.81 |
| | n: 16 | | |
| | Σpq: 2.19 | | |

- p: Probabilidad positiva
- q: Probabilidad negativa
- Vt: Varianza total de preguntas correctas
- N: Número total de Items

Anexo 6. Procedimientos

Autorizaciones

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

26, de mayo de 2022

Señores
Escuela de Administración en Turismo y Hotelería
Universidad César Vallejo – Campus Lima Norte

A través del presente, Karina Carrion P., identificado (a) con DNI N° 46265416 representante de la empresa/institución Kingdom Hotel con el cargo de Administradora, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:


- a) Cobos Sinche, Gabriela
- b) Cossio Sueldo, Milagros de Jesús.

Están autorizadas para:

- a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada "Estudio comparativo de la comunicación interna en las áreas de housekeeping y recepción en Hoteles 4 estrellas de la ciudad de Lima – 2022 "
Si No
- b) Publicar el nombre de nuestra organización en la investigación
Si No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,


Firma y Sello

Nombre y Apellidos Karina Carrion Palamino
Cargo Administradora

02., de junio de 2022

Señores

Escuela de Administración en Turismo y Hotelería
Universidad César Vallejo – Campus Lima Norte

A través del presente, Álvaro Lescano Velásquez, identificado (a) con DNI N° 47612160 representante de la empresa/institución Hotel InnSide by Melia con el cargo de encargado de Recursos Humanos, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:

- a) Cobos Sinche, Gabriela.
- b) Cossio Sueldo, Milagros de Jesús.

Están autorizadas para:

- a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada "Estudio comparativo de la comunicación interna en las áreas de housekeeping y recepción en Hoteles 4 estrellas de la ciudad de Lima – 2022."

Si No

- b) Publicar el nombre de nuestra organización en la investigación

Si No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,

INVERSIONES NACIONALES DE TURISMO S.A.
LIMA PERU/PLAZAS

ÁLVARO LESCANO VELÁSQUEZ
Jefe de Recursos Humanos

.....
Firma y Sello

Nombre y ApellidosÁlvaro Lescano Velásquez...

Cargo ...encargado de RR.HH.....



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, TOVAR ZACARIAS CARLOS, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Estudio comparativo de la comunicación interna en las áreas de housekeeping y recepción en Hoteles de 4 estrellas de la ciudad de Lima – 2022", cuyos autores son COBOS SINCHE GABRIELA, COSSIO SUELDO MILAGROS DE JESUS, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, 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, 20 de Julio del 2022

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|--|---|
| TOVAR ZACARIAS CARLOS DNI: 10139218 ORCID: 0000-0003-0115-221X | Firmado electrónicamente por: CTOVARZ el 29-08- 2022 13:02:22 |

Código documento Trilce: TRI - 0355552