



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

**“Satisfacción laboral y comunicación interna de los trabajadores
en la empresa Quántico Trends ,2022”.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Ciencias de la comunicación

AUTORA:

Mendez Vivanco, Ruth Nathali (orcid.org/0000-0001-5158-7938)

ASESOR:

Mgtr. Seminario Bravo, Aldo Maximiliano (orcid.org/0000-0002-1784-0853)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Apoyo a la reducción de brechas y carencias en la educación en todos sus niveles

CALLAO – PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedico esta investigación, a mis padres ya mis hijos, quienes me dan la fuerza y motivación, para cada día salir adelante, son mi mayor tesoro.

Ruth Méndez V.

Agradecimiento

Le agradezco a Dios por darme la fuerza de continuar con mis estudios, al Magister AldoMaximiliano Seminario Bravo, por todo su apoyo en la elaboración de mi tesis, a mis padres por no dejar que me rinda y fomentar que siga con mis estudios a pesar del tiempo transcurrido y a mis hijos por la comprensión y amor que me brindaron en el transcurso de la elaboración de mi tesis.

El autor

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	14
3.1 Tipo y diseño de la Investigación	14
3.2 Variables y operacionalización	15
3.3 Población, Muestra y Muestreo	15
3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	16
3.5 Procedimientos	18
3.6 Método de análisis de datos	18
3.7 Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS	20
V. DISCUSIÓN	34
VI. CONCLUSIONES	38
VII. RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS	40
ANEXOS	45

Índice de tablas

Tabla 1. Total de población	16
Tabla 2. Coeficiente Alfa de Cronbach	17
Tabla 3. Análisis descriptivo general de la variable comunicación interna	20
Tabla 4 Análisis descriptivo de la dimensión Objetivos	21
Tabla 5 Análisis descriptivo de la dimensión Motivación	25
Tabla 6 Análisis descriptivo de la dimensión Misión	26
Tabla 7 Análisis descriptivo general de la variable Satisfacción Laboral	27
Tabla 8 Análisis descriptivo de la dimensión Recompensas Justas	28
Tabla 9 Análisis descriptivo de la dimensión Condiciones Favorables de Trabajo	29
Tabla 10 Análisis descriptivo de la dimensión Compañerismo	30
Tabla 11 Prueba de Normalidad Satisfacción Laboral	29
Tabla 12 Prueba de Normalidad Comunicación Interna	30
Tabla 13 Correlación entre las variables Satisfacción Laboral y Comunicación Internaxx	
Tabla 14 Correlación entre la variable Comunicación Interna y la dimensión Recompensas Justas	31
Tabla 15 Correlación entre la variable Comunicación Interna y la dimensión Condiciones Favorables de Trabajo	32
Tabla 16 Correlación entre la variable Comunicación Interna y la dimensión Compañerismo	33

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 Diseño de Investigación	14
Figura 2 Análisis descriptivo general de la variable Comunicación Interna	20
Figura 3 Análisis descriptivo de la dimensión Objetivos	22
Figura 4 Análisis descriptivo de la dimensión Motivación	23
Figura 5 Análisis descriptivo de la dimensión Misión.	24
Figura 6 Análisis descriptivo general de la variable Satisfacción Labora	25
Figura 7 Análisis descriptivo de la dimensión Recompensas Justas	26
Figura 8 Análisis descriptivo de la dimensión Condiciones Favorables de Trabajo	27
Figura 9 Análisis descriptivo de la dimensión Compañerismo	28

Resumen

Esta investigación, tuvo como objetivo general determinar la relación entre Satisfacción Laboral y Comunicación Interna en la empresa Quántico Trends, según su enfoque, la investigación del presente estudio tiene una visión Cuantitativa, se desarrolló un nivel de estudio descriptivo- correlacional, tipo básica con diseño No experimental. Tuvo una muestra de 20 colaboradores y una población de 30 colaboradores, para la recolección de datos se elaboró un cuestionario de tipo Likert. Se llegó a la conclusión, que la empresa mantiene una buena satisfacción laboral y una regular comunicación, por lo que tiene que tomar medidas para mejorar, ya que mejorando estos puntos los colaboradores tendrán más ganas de laborar y tendrán mejores resultados en las metas propuestas por la empresa y generar más confianza y comunicación entre todos los colaboradores sin diferenciar los rangos jerárquicos que pueda tener la empresa.

Palabras clave: Colaboradores, buena, regular, empresa

Abstract

The general objective of this research was to determine the relationship between Job Satisfaction and Internal Communication in the Quantico Trends company, according to its approach, the investigation of this study has a Quantitative vision, a descriptive - correlational level of study was developed, basic type with design not experiential. It had a sample of 20 employees and a population of 30 employees, for data collection a Likert - type questionnaire was developed. It was concluded that the company maintains good job satisfaction and regular communication, so it has to take measures to improve, since by improving these points the employees will have more desire to work and will have better results in the goals proposed by the company and generate more trust and communication between all the collaborators without differentiating the hierarchical ranks that the company may have.

Keywords: Collaborators, good, fair, compa

I. INTRODUCCIÓN

La satisfacción laboral y la comunicación interna, es el componente indispensable en las empresas, ya sean, privadas o públicas, la unión de estos dos es de suma importancia, para el crecimiento tanto de las empresas, como de sus colaboradores, ya que les permite desarrollar competencias nuevas y fomentar un vínculo entre el colaborador y la empresa.

Es importante ya que establece un ambiente cómodo y de confianza, donde se puedan sentir valorados y respetados, por eso existen empresas que se preocupan por fomentar reuniones donde los colaboradores puedan conocerse entre áreas o equipos de trabajo, también se preocupan en reconocer los esfuerzos y logros de sus colaboradores, para que se sientan valorados y motivados con bonos, vales, viajes, etc.

La comunicación interna, se encarga de recaudar información y ofrecer respuestas a su público externo e interno de las organizaciones, de esta manera se encarga de generar relaciones positivas para el desarrollo de los objetivos de las organizaciones.

Dentro de Quántico Trends se tienen áreas definidas las cuales son: Gerencia General, Administración, Producto, Tecnología, Marketing, Comercial y Operaciones. Sin embargo, encontramos algunos problemas en cuanto a las variables planteadas.

Antes de la pandemia de la Covid 19, la comunicación ascendente se veía afectada ya que los trabajadores no usaban el canal correcto, lo cual hacía que mucha información quedara en el aire y sin sustento alguno, lo que creaba problemas en la comunicación, retrasando los procesos y desligándose de la responsabilidad en muchos casos. Adicional a ello los trabajadores no tenían

iniciativa para comunicarse con sus jefes, muchas veces por temor a decir algo errado y que su jefe lo tome de una manera incorrecta, cuando se debió tener una comunicación más activa, de confianza y menos jerárquica. En cuanto a la comunicación descendente, esta se veía afectada por un tema de burocracia, la cual hacía que la comunicación sea lenta y retrase muchos de los procesos en los cuales se relaciona cada área.

Entonces debido a la problemática mencionada, responderemos a la interrogante ¿Cuál es la relación entre satisfacción laboral y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022? y nos lleva a los siguientes problemas específicos: .PE1. ¿Cuál es la relación entre recompensas justas y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022? PE2. ¿Cuál es la relación entre condiciones favorables y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022? PE3 ¿Cuál es la relación entre compañerismo y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022?

Entre las justificaciones que se pueden brindar en la investigación, se puede indicar lo siguiente: Como justificación teórica, la presente investigación tiene como objetivo ayudar a la empresa Quántico Trends a conocer las necesidades, grado de satisfacción y disconformidad que tienen sus colaboradores, a su vez la empresa podrá tomar en conocimiento la percepción de sus colaboradores y podrá tomar las medidas correspondientes para generar mejoras, en el ambiente laboral y obtener mejores resultados laborales. Como justificación práctica, este estudio se encargó de buscar, determinar y analizar la comunicación interna, que pueda existir en la empresa y esté afectando al Clima Laboral, finalmente, como justificación metodológica, se aplicó encuestas a los representantes del Área comercial, Operaciones, Tecnología y Marketing para poder saber su grado de satisfacción, disconformidad o sugerencias que nos puedan ayudar a poder brindar una mejora a la comunicación interna y a generar un mejor clima laboral.

Se planteará como objetivo: O1. Determinar la relación entre recompensas justas y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022, O2. Determinar la relación entre condiciones favorables y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022. O3. Determinar la relación entre compañerismo y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022. Con esta información recaudada, se espera determinar la relación entre satisfacción laboral y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022.

Las limitaciones, que se podrían encontrar en el transcurso de la investigación, es que los colaboradores, no brinden la información correcta por temor a tener una llamada de atención, por lo que se tomarán las medidas correspondientes y toda encuesta será anónima.

II. MARCO TEÓRICO

León (2021) en su investigación, planteó establecer cuál es la conexión que mantiene la comunicación interna y la satisfacción laboral en el Hospital Regional de Huacho, se utilizó metodología aplicada, con un diseño no experimental, de nivel correlacional, se trabajó con una población de 206 colaboradores administrativos del hospital y una muestra de 135 colaboradores, se utilizó el cuestionario obteniendo como el mayor resultado en comunicación interna en un 69.6% como eficaz y en satisfacción interna como mayor resultado un 54.1% como alta satisfacción y una correlación positiva muy alta con un Rho de Spearman de 0,932, hizo la aceptación de la hipótesis alterna, llegando a la conclusión que se encuentra una unión entre las variables de estudio según la manifestación de los colaboradores del Hospital Regional de Huacho.

Saldarriaga (2020) en su investigación, propuso identificar la conexión entre comunicación interna y satisfacción laboral dentro de la Municipalidad Distrital de Macate, se presentó esta investigación mediante un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, con diseño no experimental, mediante una encuesta a 40 colaboradores, obteniendo un 90% de colaboradores que manifiestan que la comunicación interna es regular y un 92.5% que afirman que la satisfacción laboral es regular, tomando como conclusión, que presentan una relación positiva débil entre los colaboradores y los representantes de mayor rango, por lo que sería recomendable generar mejoras en el ambiente laboral, para que los colaboradores obtengan mayor motivación en sus puestos de trabajo, teniendo como resultado, una relación significativa $p \leq 0,05$ y positiva débil 0,393 entre las variables de estudio de la Municipalidad Distrital de Macate.

Zúñiga (2019) en su investigación, tuvo como finalidad, identificar la conexión entre comunicación interna y satisfacción laboral en los colaboradores del Hospital Regional de Ayacucho, esta investigación fue planteada mediante una metodología no experimental, con diseño correlacional, se encuestó a 410 colaboradores, obteniendo como resultado que más predomina en comunicación interna un 78% de colaboradores que indican que la comunicación es regular y sobre satisfacción laboral el resultado más predomina es de 78% de colaboradores indican que la satisfacción laboral están medianamente satisfechos, se llegó a la conclusión que existe una conexión fuerte entre comunicación interna y satisfacción laboral en los colaboradores del Hospital Regional de Ayacucho, presentando nivel de confianza del 5% y un intervalo de confianza del 95%, ya que no se está desarrollando adecuadamente la comunicación entre los colaboradores y los altos directivos, los colaboradores se encuentran desmotivados ya que no cuentan con ningún tipo de incentivo por sus largas jornadas de trabajo.

Alvarado y Villacorta (2018) en su investigación nos plantea que su objetivo es poder demostrar la relación que tiene Comunicación Interna y la Satisfacción Laboral dentro del restaurante Rústica y cómo influyen en sus colaboradores, se planteó como una investigación no experimental, encuestando a 48 colaboradores, logrando como resultado que el 56.25% de colaboradores indiquen que existe un nivel intermedio de comunicación, un 85.42% que existe una Satisfacción Laboral intermedia, se aprecia el valor correlacional entre las variables, es de 0.005, esto se debe a que el encargado del local no mantiene un contacto frecuente con los colaboradores que se encuentran bajo su liderazgo, solo brinda indicaciones por llamadas telefónicas a la persona que deja a cargo, por lo que se le recomendó tener mayor acto de presencia y fomentar una mejor comunicación con sus colaboradores.

Cuba (2018) en su investigación su objetivo es establecer la conexión entre comunicación interna y satisfacción laboral de los colaboradores del CLAS de San

Juan Bautista Ayacucho, fue una investigación No experimental, diseño descriptivo correlacional, método de la encuesta, con una población de 50 personas, tipo de muestreo probabilístico, se obtuvo la siguiente información con referente a satisfacción laboral, que 50.0% (15) se ubicaba en la valoración indiferente, 33.3% (10) estaban insatisfechos y con respecto a comunicación interna, el 56.7%(17) considera valor regular y el 13,3% (4) deficiente, llegando a un nivel de significancia de 5% y un intervalo de confianza del 95% con esta información, se pudo concluir que existe relación entre las variables, los resultados nos indican que si presentan una mala comunicación puede influenciar en la productividad como en la satisfacción que puede percibir un colaborador dentro de la empresa.

Calderón (2021) el objetivo de su investigación fue, detectar a qué se debió el bajo cumplimiento laboral en la empresa FlexNet durante la emergencia sanitaria, si se llegó a afectar la comunicación al no poder trabajar en oficina como lo habitual y si esto influyó en la satisfacción laboral de los colaboradores ya que las buenas relaciones entre públicos internos y externos son importantes en la empresa. Esta investigación se presentó con un diseño no experimental, mediante las técnicas cuantitativa y cualitativa y una metodología de investigación documental, se encuestó a 70 colaboradores, teniendo como resultado un 71.4% de colaboradores que se encuentran totalmente de acuerdo con la comunicación interna antes de la pandemia de la empresa y un 68.6% en que están totalmente desacuerdo con la comunicación interna durante la pandemia, por este motivo se sugirió diseñar un plan de comunicación interna donde se priorizará a los colaboradores, capacitaciones, charlas motivacionales, ambiente laboral adecuado donde la empresa sea unificada y se cumpla los objetivos planteados, para poder perfeccionar la comunicación Interna y así tener una excelente Satisfacción laboral, ya que al tener una comunicación interna baja, se está generando una mala satisfacción laboral.

Briones (2020–2021) su investigación tiene como finalidad, poder conocer la importancia de una buena comunicación interna, mediante herramientas digitales,

para mantener una buena información entre las áreas administrativas, docentes y estudiantes de la Universidad de Guayaquil, para lograr esto, se empleó una encuesta de 10 ítems a 59 estudiantes de noveno semestre y un par de entrevistas a un personal administrativo y una experta del área organizacional de la universidad, según la información recaudada, un 76% de los encuestados concuerdan que las herramientas digitales optimizan los trámites internos y un 56% considera que no están correctamente capacitados para poder utilizar una herramienta digital, con esta información se corroboró la hipótesis en que las herramientas digitales brindan una comunicación constante por este motivo se recomendó en poder brindar una guía de interacción y retroalimentación a los usuarios del manejo de las herramientas digitales brindadas en la Facultad de Ciencias Sociales y así tener una mejoría en la comunicación interna.

Sellan (2020) en su investigación, planteó identificar el trabajo de la comunicación interna y satisfacción laboral del Municipio del Cantón Daule, esta investigación se plantea de forma no experimental, de tipo descriptiva, se trabajó con técnicas cuantitativas y cualitativas, se encuestó a 150 colaboradores mediante encuestas tipo Likert, dando como resultado un 54% de los funcionarios califican como buena la gestión de comunicación y un 39% que la comunicación es poco fluida, también un 55% indica que la comunicación es formal y un 67% que es de manera inapropiada, por lo que genera conflictos comunicacionales, por lo tanto se sugirió la implementación de nuevos medios de comunicación que no sean por correo o documentos impresos, ya que no genera cercanía con los colaboradores.

Muñoz (2020) en su investigación tuvo como objetivo estudiar la comunicación interna de la empresa Tiendas Industriales Asociadas S.A. y su incidencia con desempeño laboral de sus trabajadores, se realizó la investigación tipo descriptivo, con una metodología constructivista, con las técnicas cuantitativa y cualitativa, para recopilar información se utilizó 2 cuestionarios a 323 empleados y una entrevista, según la información obtenida el 58% afirmaron que existe una buena relación entre los colaboradores y 60% indican que no existe el intercambio de

información entre compañeros, llegando a la conclusión que los colaboradores no están recepcionando una buena información por parte de la empresa y que deberían de fomentar mayor integración y comunicación, para que pueda mejorar el clima laboral.

Moyón (2019) en su investigación priorizó investigar la conexión de la comunicación interna en el clima laboral de la Unidad Educativa Fe y Alegría, se desarrolló con método descriptivo, diseño no experimental – transeccional, una metodología de empirismo, de trabajo con una población total de 21 colaboradores con una técnica de encuesta y entrevista teniendo como mayor votación 53% la comunicación es poco fluida, 82% que existe respeto entre los compañeros de trabajo, 53% que existe una buena comunicación entre ellos y un 88% que realizan actividades de integración, comprobando la hipótesis planteada y llegando a la conclusión que son efectivamente los canales de comunicación y la motivación los factores que generan una relación entre la comunicación interna y clima laboral de la Unidad Educativa. Esta investigación está enfocada en poder tener más conocimiento sobre satisfacción laboral y comunicación interna dentro de la empresa Quántico Trends por eso se buscó referencias a autores que nos brindan sus estudios previos a esta investigación para poder tener mayor conocimiento de sus estudios.

González y Hopkins (2009), nos manifiesta cuales son los perfiles profesionales que podrían estar a cargo de la comunicación interna de una compañía: Relaciones públicas, Relaciones institucionales, Comunicación social, Periodismo, Recursos humanos, Marketing, Relaciones laborales, Rol del comunicador interno, también nos manifiesta que para poder desarrollar una buena comunicación interna es fundamental, que no solo los colaboradores de un rango menor con los jefes inmediatos sean quienes mantengan la comunicación, es indispensable que los altos directivos también mantengan una línea de comunicación con todos los colaboradores ya que no solo es conveniente el cumplimiento laboral de los integrantes a cargo sino que también implantar un compromiso con el proyecto y

además fomenta la unión de todos los colaboradores, la comunicación interna exige un trabajo continuo y adicional a la tarea diaria: reuniones periódicas, desayunos o actividades que ayuden a relevar las diferentes inquietudes que se encuentran dentro de la organización. Si bien hay situaciones complicadas en la gestión diaria, si se cuenta con canales de Cliente Interno que funcionen correctamente, se podrá mantener informado a todos los colaboradores lo que sucede, con mayor rapidez.

Rodríguez (2004), en su Opinión sobre el clima organizacional, nos indica que hoy en día, la realización en el trabajo parece un lujo, ya que la mayoría de los colaboradores, solo se rigen a cumplir con su trabajo sin que los motiven con algún tipo de incentivo y ellos tampoco exigen mejoras laborales ya sea por miedo a perder su trabajo o solo viven el día a día por generar ingresos para sus hogares. Anteriormente las empresas realizaban encuestas de sondeo, para tener conocimiento de las apreciaciones de los colaboradores, pero no las compartían ya que consideraban que era la mejor decisión para que no existan comentarios de los resultados, pero esta información y el compromiso de mejora es compartido ya que existen estudios, que realizan la medición de satisfacción del cliente interno y distintas organizaciones participan por que mantener un buen clima organizacional es fundamental y provechoso para los centros laborales.

Thomas (2002), nos dice que la comunicación interna es el intercambio analizado de mensajes en una empresa y que responde a un fin planificado y que cuenta con 3 funciones principales: Implicación del personal: generar conexión entre el colaborador y la empresa, al aplicarse correctamente el colaborador se sentirá valorado y unido a la institución a la que sirve. Cambio de actitudes: Los cambios que se puedan producir en las empresas, es recomendable que no sean tan drásticos o sin una buena comunicación previa con sus colaboradores, ya que eso puede producir tensión y preocupación por sus puestos laborales. Mejora de la productividad: Esto se logra transmitiendo una información clara y precisa a los trabajadores y sensibilizando a los colaboradores con las propuestas que tiene la

empresa y haciéndolos parte de sus logros.

Thomas (2002), nos dice que es lo más importante en tener en cuenta en una empresa, ya que la información puede perjudicar a la empresa al llegar a oídos equivocados al ser filtrada o una información distorsionada a los colaboradores, nos indica que las barreras podrían clasificarse en: 1) Personales: vienen de las emociones, valores y malos hábitos del ser humano, vemos y oímos lo que nuestras emociones nos permite ver y oír. 2) Físicas: Por alteraciones en el canal de comunicación, ruidos en el trabajo. 3) Semánticas: Cuando los símbolos con los que nos comunicamos dentro de una compañía no tienen el mismo significado para el emisor y receptor.

Flores (2020), nos indica, en su publicación, que hoy en día muchas empresas gastan gran cantidad de dinero en actualizar su tecnología, algo que sí ayuda a los colaboradores de las empresas, pero a pesar de eso, no logran llegar a las metas propuestas, desde su punto de vista, ella recomienda poder también enfocarse en el clima laboral o clima organizacional ya que mucho influye el estado de ánimo del colaborador para poder llegar a sus objetivos, recomienda priorizar las conexiones entre compañeros y los jefes, la participación en la toma de decisiones, el reconocimiento recibido por su trabajo, la confianza, la ética, la responsabilidad social, así se puedan sentirse escuchados y valorados por su esfuerzo y colaboración con la empresa, por eso recomienda fomentar 6 pasos importantes en las empresas: Dar a conocer los objetivos de la empresa claros y precisos, ofrecer autonomía individual y de equipo, reconocer el esfuerzo y compensarlo de forma equitativa, propiciar la amistad y el apoyo, velar por las condiciones de trabajo y por último medir el clima organizacional.

Fontbona y Verazzi (2020) en su libro, nos comentan sobre la estrategia, prácticas y casos que las organizaciones pueden tomar en consideración para generar una buena comunicación interna, nos indican que los colaboradores, son el recurso central para el desarrollo de las empresas, por lo que los altos directivos, tienen

que crear un plan estratégico y tomar medidas eficaces para generar un ambiente laboral, donde cada uno de los colaboradores se sientan involucrados y valorados ya que sin su compromiso, ninguna compañía podrá asegurar buenos resultados a largo plazo, nos dan a conocer que algunas compañías han iniciado un plan llamado "Purpose" (Propósito), que podrían definirla de la siguiente manera: La razón por lo que una compañía existe, es porque desean lograr involucrar a los trabajadores a que se sientan imagen y parte de la compañía, no solo generando beneficios, si no ayudando a sus comunidades.

Hersey (1998), nos dice que existen 5 sistemas básicos de comunicación interna en las organizaciones: comunicación descendente, ascendente, horizontal, por rumores y en redes y a su vez estos sistemas los divide en: Canales de comunicación formales, que está formado por: 1) Comunicación descendente: La información fluye hacia abajo en la estructura jerárquica de la organización, a través de medios escritos y transmite indicaciones concretas, como las funciones de los puestos de cada uno de los colaboradores y los objetivos de la empresa. 2) Comunicación ascendente: escrita, verbal o no verbal, esta les permite a los colaboradores que pueden brindar sugerencias, ideas, propuestas a sus líderes, antes se descuidaba mucho este punto, pero hoy en día es un punto fundamental para las empresas, poder escuchar y tomar en cuenta las sugerencias brindadas. 3) Comunicación horizontal: Información entre grupos de trabajo y personas que están al mismo nivel jerárquico, esto suele suceder en tiempo de crisis, en toma de decisiones rápidas. Canales de comunicación informales, que está formado por: 1) Comunicación por rumores: Surgen por la necesidad de comunicación que tiene la empresa y sus colaboradores, es una información incompleta. 2) Comunicación en redes: Sirven para socialización y de identificación con su centro laboral.

Capriotti (1998) en su artículo, nos dice como concepto que la comunicación interna es el intercambio de información entre todos los niveles de una organización, los colaboradores deben sentirse involucrados en la comunicación,

deben considerarse miembros activos a la hora de comunicar, y no solo receptores de información, para que esto suceda Capriotti nos dice que debe darse 3 condiciones básicas: Los colaboradores confíen en los Directivos, que tengan Capacidad para tomar decisiones y que tengan la Creencia de que sus opiniones serán escuchadas. La Comunicación, brindará una mejora de la interactividad entre las personas de la organización, ya sea a nivel profesional o personal, esto favorecerá, el desplazamiento de la información dentro de la organización de una forma rápida y fluida también favorece la coordinación de las tareas y esfuerzos entre las diferentes áreas, con esto se adquirirá una dinámica y agilidad mayor, que les permitirá ir adaptándose con mayor rapidez a las diferentes situaciones que se le presenten. También nos indica 4 objetivos globales: Nivel Relacional: busca establecer una relación fluida entre colaboradores; Nivel Operativo: busca facilitar el intercambio de información entre todos los niveles de la empresa; Nivel Motivacional: Motivar y dinamizar la labor de los miembros de la organización; Nivel Actitudinal: se quiere lograr la comprensión y la integración de los empleados a la filosofía, a los valores y a los fines globales de la organización.

Robbins (1998), en su publicación, nos indica que según sus investigaciones los principales factores que determinan la satisfacción laboral son: Reto del trabajo: Ofreciéndoles trabajos donde puedan demostrar sus habilidades, desenvolviéndose libremente y esto les pueda causar placer y satisfacción, por eso el reto debe ser moderado ya que si fuera demasiado grande les podría causar frustración y sensación de fracaso. Sistema de recompensas justas: Referente a los salarios y políticas de ascensos de las empresas, donde el colaborador se sienta retribuido por su esfuerzo de igual manera que las demás empresas les otorgan a sus colaboradores, tanto en oportunidades de línea de carrera y sus salarios ya que según estudios el salario es la causa con mayor porcentaje de inconformidad de los colaboradores. Condiciones favorables de trabajo: Les es muy importante su ambiente de trabajo, que sea cómodo y placentero. Colegas que brinden apoyo: Es fundamental que un buen Líder, tenga

calidades como saber escuchar, ser tolerante, considerado y que pueda retroalimentar positivamente a su equipo de trabajo, así generar mayor satisfacción en el ambiente laboral. Compatibilidad entre personalidad y puesto de trabajo: Sería satisfactorio que los colaboradores puedan desempeñarse en labores que sean de su agrado, donde tengan mayor destreza y conocimiento para que se puedan sentir más a gusto y seguro.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de la investigación

Esta investigación se desarrolló tipo básico o también denominada investigación pura, teórica o dogmática. Se origina en un marco teórico y permanece en él, ya que el propósito de esta investigación es poder ampliar los conocimientos científicos, pero sin contrastarlos con algún aspecto práctico. (Muntané 2010)

Un nivel de investigación Descriptivo, ya que se deseó recopilar información de un grupo de personas y poder analizar dicha información y Correlacional, porque se quiere lograr conocer cuál es el grado de conexión entre nuestras variables. (Hernández, Fernández, Baptista 2014)

Con un enfoque cuantitativo, ya que se adquirió información de los colaboradores de la empresa y se analizaron estadísticamente, para poder obtener nuestros resultados. (Bryman 2004)

Con un diseño No Experimental por que se basa en conceptos, sucesos, que los mismos colaboradores brindaran a esta investigación, para después analizarlos. (Toro y Parra 2006)

Figura 1

Diseño de Investigación

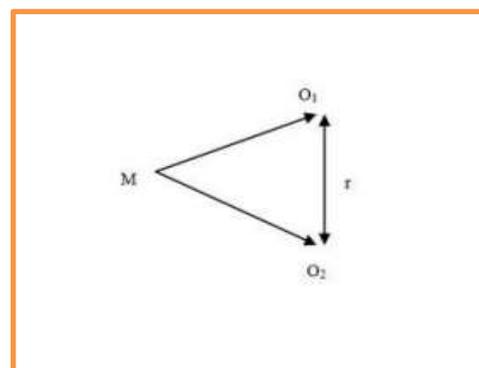
Donde

M: Muestra

O1: Medición de la variable 1

O2: Medición de la variable 2

R : Relación de variables



3.2 Variables y operacionalización

Primera Variable: Satisfacción Laboral

Definición Conceptual: La Satisfacción Laboral, es la postura del trabajador frente a su propio trabajo, la cual está fundamentada en las necesidades, valores y rasgos personales que pueda tener el colaborador. (Robbins, 1998).

Definición Operacional: Se divide en tres dimensiones que son Recompensas Justas (4 ítems), Condiciones Favorables de Trabajo (8 ítems) y Compañerismo (3 ítems). La recolección de datos se realizó mediante un cuestionario de 16 preguntas con una escala de likert ordinal, siendo 1 nunca, 2 casi nunca, 3 a veces, 4 casi siempre y 5 siempre. (Sonia Palma, 2014) (Anexo 1)

Variable2: Comunicación interna

Definición Conceptual: La Comunicación Interna es la información que los directivos quieren dar a los empleados. (Capriootty 2014)

Definición Operacional: Se divide en tres dimensiones que son Objetivos (4 ítems), Motivación (5 ítems) y Misión (3 ítems). La recolección de datos se realizó mediante un cuestionario de 12 preguntas con una escala de likert ordinal, siendo 1 nunca, 2 casi nunca, 3 a veces, 4 casi siempre y 5 siempre. (Sonia Palma, 2014) (Anexo 2)

3.3 Población Muestra y muestreo de investigación

La población son 30 colaboradores de la empresa Quántico Trends de las áreas de Gerencia General, administración, producto, tecnología, marketing, comercial y operaciones.

La población es el conjunto de personas u objetos de los que se desea obtener información en una investigación. López (2004)

Tabla 1. Total de Población

Área	Nº de colaboradores
Tecnología	5
Operaciones	15
Comercial	6
Marketing	4
Total	30

La muestra estuvo conformada í por 30 colaboradores de la empresa Quántico Trends, de las áreas de Gerencia General, administración, producto, tecnología, marketing, comercial y operaciones

La Muestra es una parte de la población en que se llevará a cabo la investigación. (López 2004)

3.4 Técnica e Instrumento

La técnica empleada fue la encuesta, tipo Likert, que ayudó en la recolección de información necesaria para esta investigación. Según Abascal y Grande (2005) nos indica que la encuesta es una técnica de obtención de información sobre la base de un conjunto u objetivo. (p.14)

Como instrumento se utilizó el cuestionario de 12 ítems para comunicación

interna y de 16 ítems para satisfacción laboral, con opciones de respuestas múltiples. Abascal y Grande (2005) manifiestan que el cuestionario es un conjunto articulado y coherente de preguntas plasmadas en un documento para obtener la información necesaria y así realizar la investigación requerida. (p.24)

Los niveles de interpretación para las variables son bajo, regular, alto y muy alto.

Validez y confiabilidad del instrumento

Para la validación de los instrumentos se contaron con tres expertos entre ellos el Mg. Arnaldo Villalbo Renjifo (Maestría en Gestión pública), la Mg. Luzmila Repetto Tkachenko (Maestría en Gestión pública) Mg. Christian Martínez Navarro (Maestría en Ciencias de la Educación) (anexo 5)

Para la confiabilidad del instrumento y de los datos correspondientes, se realizó una prueba piloto a 20 personas, las cuales no formaron parte de la muestra real, los resultados obtenidos de dicha encuesta fueron verificados Mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, donde se determinó la conformidad del uso de los cuestionarios. (Anexo 6)

Tabla 2

Coeficiente Alfa de Cronbach

Cuestionario	Alfa de Cronbach	Ítems
Satisfacción Laboral	,893	16
Comunicación Interna	,908	12

Interpretación

En la primera variable, Satisfacción Laboral nos da como resultado ,893% de fiabilidad en el alfa de Cronbach, lo que nos demuestra que el instrumento elaborado tiene una aceptable confiabilidad. En la segunda variable, Comunicación Interna nos da como resultado ,908% lo que nos demuestra que el instrumento elaborado también tiene una aceptable confiabilidad.

3.5 Procedimientos

Tras la validación de los instrumentos por parte de 3 expertos y habiendo analizado la prueba piloto para verificar la validación de ambos instrumentos, se envió una carta a la empresa Quántico Trens, solicitando el permiso requerido para poder realizar las encuestas. Las encuestas se hicieron de manera virtual, se envió a cada jefe de área el enlace, para que lo pueda distribuir a cada uno de sus colaboradores. (Anexos 6)

3.6 Método de análisis

Teniendo la totalidad de las encuestas desarrolladas, se realizó la descarga de la información obtenida a un Excel, para luego ser trasladada al programa SPSS, se procedió a ingresar a categorizar los resultados con bajo, regular, alto y muy alto, así mismo se procedió a ingresar las dimensiones para poder obtener nuestros resultados en cuadros descriptivos y tablas de nuestras variables y dimensiones.

Luego de realizar la estadística descriptiva, se procedió a comprobar si existe relación entre las variables, de esta manera también pudimos verificar los puntos a favor y en contra que presenta la empresa. (ver anexo 6)

3.7 Aspectos éticos

La encuesta fue totalmente anónima, para que los colaboradores tengan la total libertad de poder brindar sus respuestas sin temor a ser juzgados por la empresa.

Se tomó con total respeto y responsabilidad toda información brindada por la empresa y los colaboradores.

IV. RESULTADOS

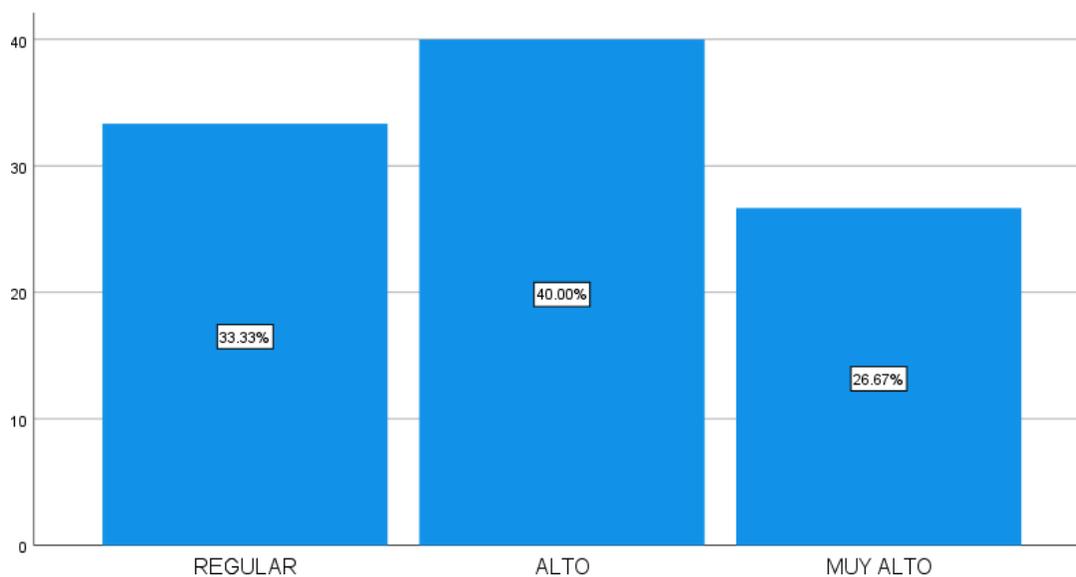
Tabla 3

Análisis descriptivo general de la variable Comunicación interna

Valido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
REGULAR	10	33.3	33.3	33.3
ALTO	12	40.0	40.0	73.3
MUY ALTO	8	26.7	26.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Figura 2

Análisis descriptivo general de la variable Comunicación interna



Con base a lo expuesto en la tabla 3 y figura 2 y, se puede observar que el 40% (f=12) de la población indican un grado de comunicación alto, siguiéndole un 33.3%

(f=10) con un grado de regular y por último un 26.7% (f=8) un grado de muy alto, con esta base, nos podemos dar cuenta que hay una pequeña desconformidad en la comunicación interna de la empresa.

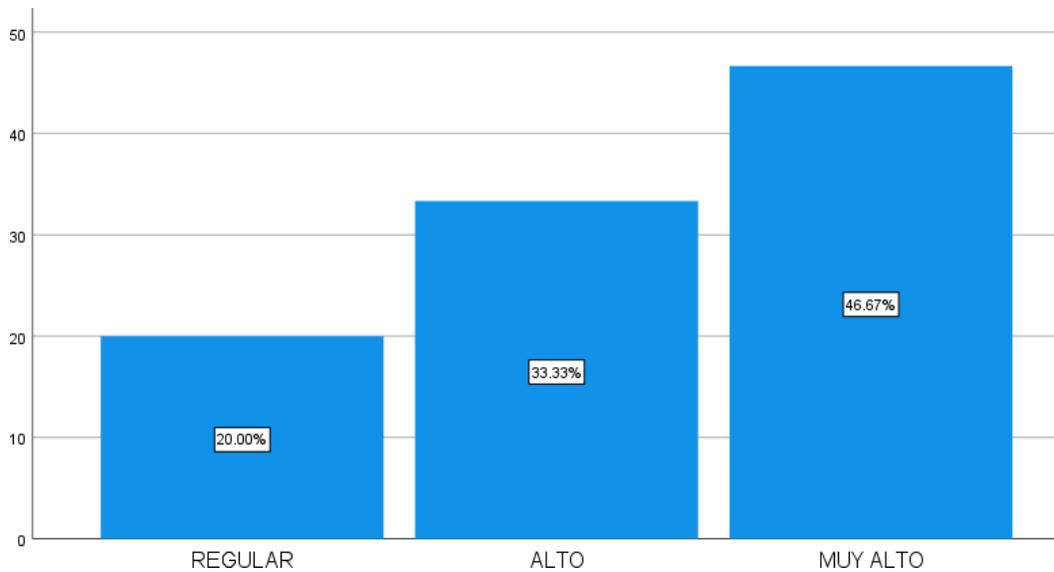
Tabla 4

Análisis descriptivo de la dimensión Objetivos

Valido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
REGULAR	10	33.3	33.3	33.3
ALTO	12	40.0	40.0	73.3
MUY ALTO	8	26.7	26.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Figura 3

Análisis descriptivo de la dimensión Objetivos



Con base a lo expuesto en la tabla 4 y la figura 3, se puede observar que el 46.7% (f=14) de la población indican un grado muy alto en lo que respecta a tener información de los objetivos de la empresa, siguiéndole un 33.3% (f=10) con un grado de alto y por último un 20% (f=6) un grado regular, con esta base, nos podemos dar cuenta que la mayoría de los colaboradores saben identificar los objetivos de la empresa.

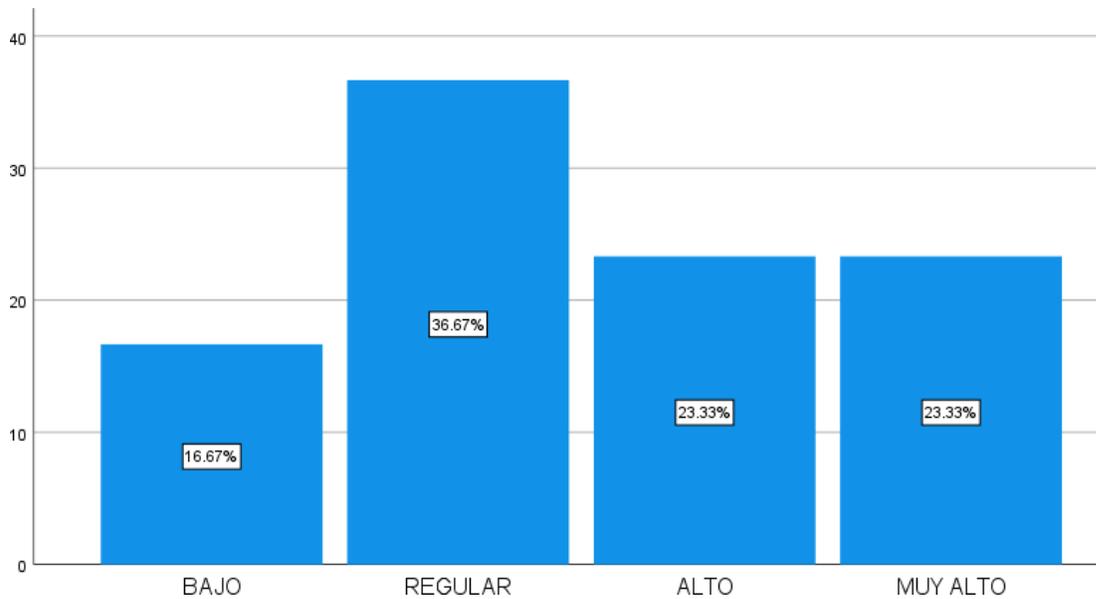
Tabla 5

Análisis descriptivo de la dimensión Motivación

Valido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
BAJO	5	16.7	16.7	16.7
REGULAR	11	36.7	36.7	53.3
ALTO	7	23.3	23.3	76.7
MUY ALTO	7	23.3	23.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Figura 4

Análisis descriptivo de la dimensión Motivación



Se observa en la tabla 5 figura 4 y la, se puede observar que el 36.7% (f=11) de la población indican un grado regular en lo que respecta a que la empresa se preocupe por motivar a sus colaboradores, siguiéndole con un mismo porcentaje de 23.3% (f=7) los grados alto y muy alto y por ultimo con 16.7% (f=5) un grado bajo, con esta base, nos podemos dar cuenta que los colaboradores muestran su desconformidad con la forma en que la empresa está llevando el manejo de los incentivos por los logros o esfuerzos realizados.

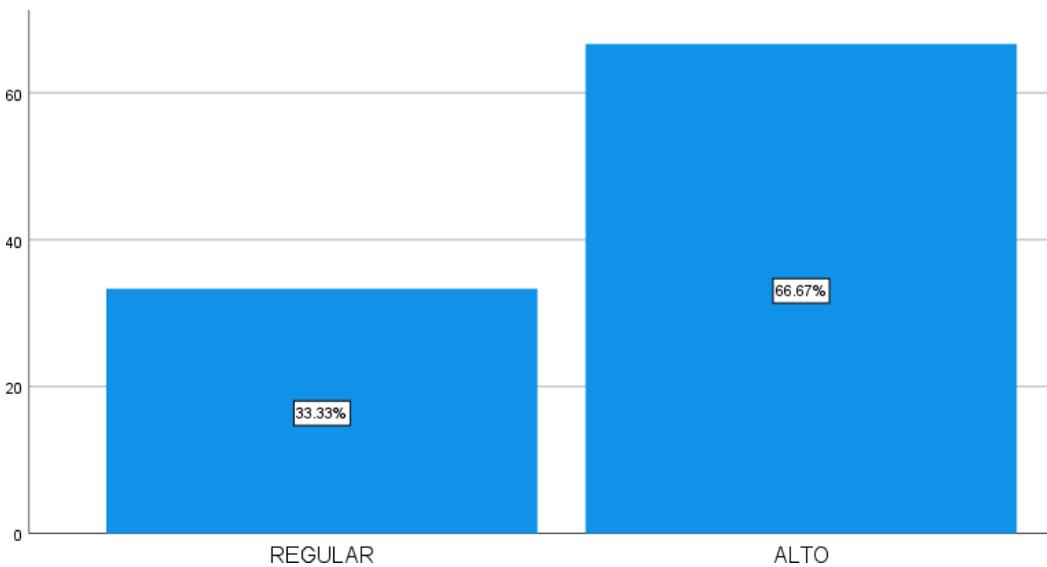
Tabla 6

Análisis descriptivo de la dimensión Misión

Valido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
REGULAR	10	33.3	33.3	33.3
ALTO	20	66.7	66.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Figura 5

Análisis descriptivo de la dimensión Misión



Se observa en la Tabla 6 y la figura 5, se puede observar que el 66.7% (f=20) de la población indican un grado alto en lo que respecta a tener claro en su misión dentro de la empresa y un 33.3% (f=10) con un grado regular, con esta base nos podemos dar cuenta que la mayoría de los colaboradores identifican la misión que tienen en la empresa y ven una gran posibilidad de continuar una línea de carrera en la empresa.

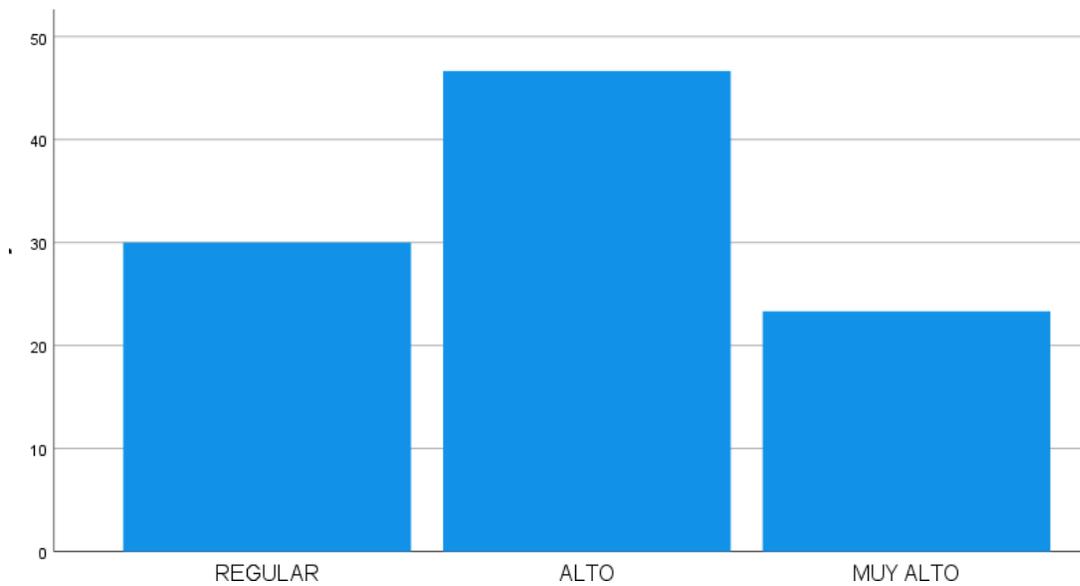
Tabla 7

Análisis descriptivo general de la variable Satisfacción Laboral

Valido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
REGULAR	9	30.0	30.0	30.0
ALTO	14	46.7	46.7	76.7
MUY ALTO	7	23.3	23.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Figura 6

Análisis descriptivo general de la variable Satisfacción Laboral



Con base a lo expuesto en la tabla 7 y la figura 6, se puede observar que el 46.7% (f=14) de la población indican un grado de satisfacción laboral alto, siguiéndole un 30% (f=9) con un grado de regular y por último un 23.3% (f=7) un grado muy alto, con esta base, nos podemos dar cuenta que hay una pequeña desconformidad con lo que respecta a Satisfacción Laboral de la empresa.

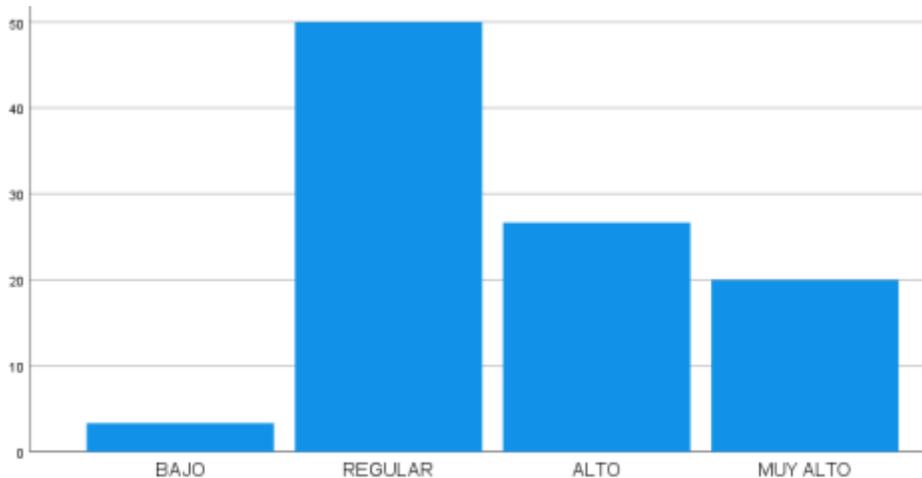
Tabla 8

Análisis descriptivo de la dimensión Recompensas Justas

Valido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje acumulado
BAJO	1	3.3	3.3	3.3
REGULAR	15	50.0	50.0	53.3
ALTO	8	26.7	26.7	80.0
MUY ALTO	6	20.0	20.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Figura 7

Análisis descriptivo de la dimensión Recompensas Justas



Con base a lo expuesto en la tabla 8 y la figura 7, se puede observar que el 50% (f=15) de la población indican un grado regular con respecto a las recompensas otorgadas por la empresa, siguiéndole un 26.7% (f=8) con un grado alto, con un 20% (f=6) con un valor de muy alto y por último un 3.3% (f=1) un grado bajo, con esta base, nos podemos dar cuenta que hay una pequeña desconformidad con la forma en que la empresa está reconociendo los logros o esfuerzos que realizan sus colaboradores.

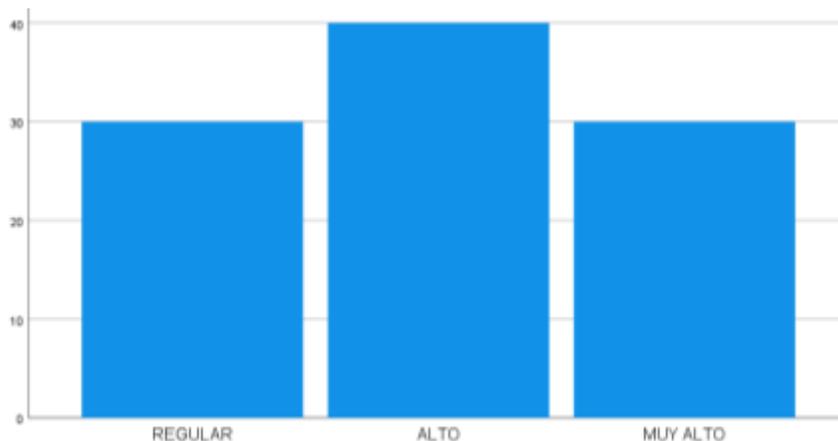
Tabla 9

Análisis descriptivo de la dimensión Condiciones favorables de trabajo

Valido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje acumulado
REGULAR	9	30.0	30.0	30.0
ALTO	12	40.0	40.0	70.0
MUY ALTO	9	30.0	30.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Figura 8

Análisis descriptivo de la dimensión Condiciones favorables de trabajo



Con base a lo expuesto en la Tabla 9 y la figura 8, se puede observar que el 40% (f=12) de la población indican un grado alto con respecto a las condiciones de trabajo otorgadas por la empresa antes y durante la pandemia y siguiéndole con el mismo porcentaje los valores regular y muy alto con 30% (f=9), con esta base, nos podemos dar cuenta que los trabajadores si identifican la preocupación de la empresa por brindarles un ambiente adecuado de trabajo.

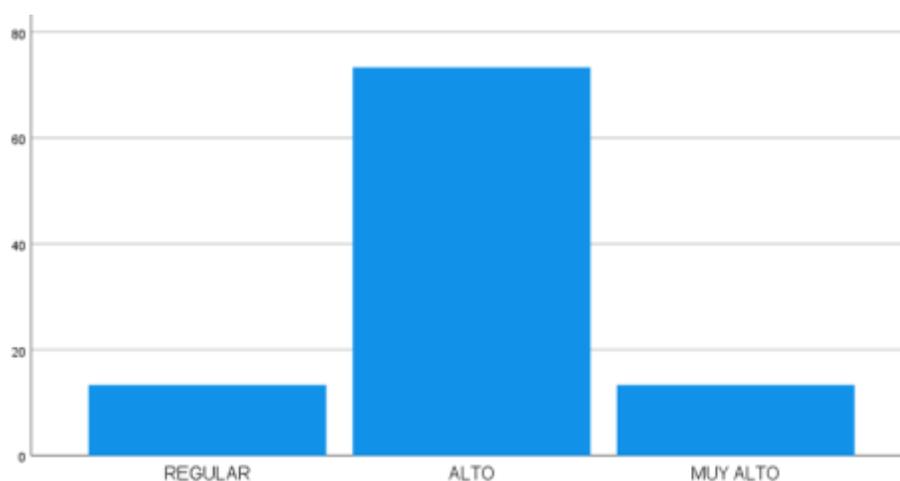
Tabla 10

Análisis descriptivo de la dimensión Compañerismo

Valido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
REGULAR	4	13.3	13.3	13.3
ALTO	22	73.3	73.3	86.7
MUY ALTO	4	13.3	13.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Figura 9

Análisis descriptivo de la dimensión Compañerismo



Con base a lo expuesto en la figura 8 y la tabla 11, se puede observar que el 73.3% (f=22) de la población indican un grado alto con respecto al grado de satisfacción entre los compañeros y siguiéndole con el mismo porcentaje los valores regular y muy alto con 13.3% (f=4), con esta base, nos podemos dar cuenta que los trabajadores tienen un grado de satisfacción bueno entre los compañeros.

Tabla 11

Prueba de Normalidad Satisfacción Laboral

Shapiro - Wilk

	Estadístico	gl	Sig.
Puntaje - satisfacción	0.958	30	0.282

• *Esto es un límite inferior de la significación verdadera.*

a. *corrección de significación de Lilliefors*

Tabla 12

Prueba de Normalidad Comunicación Interna

Shapiro - Wilk

	Estadístico	gl	Sig.
Puntaje - satisfacción	0.955	30	0.228

• *Esto es un límite inferior de la significación verdadera.*

b. *corrección de significación de Lilliefors*

Para proceder con el análisis de correlación, previamente se realizó la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, ya que esta se utiliza cuando se tiene menos de 50 datos, dando como resultado en ambas variables .282%.

Al haber evaluado todas las variables de investigación, teniendo como resultado que tienen una distribución normal, evaluaremos la correlación utilizando el coeficiente de Pearson.

Planteamiento de la hipótesis general

Hipótesis Principal

Existe relación significativa entre satisfacción laboral y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022.

Tabla 13

Correlación entre las variables Satisfacción Laboral y Comunicación Interna

		Puntaje Comunicación	Puntaje Satisfacción
Puntaje_Comunicación	- Correlación de Pearson.	1	.188
	- Sig. (bilateral)		.319
	-N	30	30
Puntaje_Satisfacción	- Correlación de Pearson.	.188	1
	- Sig. (bilateral)	.319	
	-N	30	30

Se puede apreciar que la relación entre las variables es muy débil, lo cual se puede verificar en el coeficiente de correlación que es igual a 18.8%, al tener una distribución normal

Hipótesis secundaria

H1. Existe relación significativa entre las recompensas justas y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022.

Tabla 14

Correlación entre las variables Comunicación interna y la dimensión Recompensas Justas

		Puntaje Recompensa	Puntaje Comunicación
Puntaje Recompensa	- Correlación de Pearson.	1	.193
	- Sig. (bilateral)		.307
	-N	30	30
Puntaje Comunicación	- Correlación de Pearson.	.193	1
	- Sig. (bilateral)	.307	
	-N	30	30

Se puede apreciar que la relación entre la variable Comunicación Interna y la dimensión Recompensas Justas es muy débil, lo cual se puede verificar en el coeficiente de correlación que es igual a 19.3%, al tener una distribución normal.

H2. Existe relación significativa entre las condiciones favorables y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022.

Tabla 15

Correlación entre la Variable Comunicación Interna y la dimensión Condiciones favorables de trabajo.

		Puntaje Comunicación	Puntaje Condición Fav
	- Correlación de Pearson.	1	.149
Puntaje_Comunicación	- Sig. (bilateral)		.432
	-N	30	30
	- Correlación de Pearson.	.149	1
Puntaje_Condición_Fav	- Sig. (bilateral)	.432	
	-N	30	30

Se puede apreciar que la relación entre la variable Comunicación Interna y la dimensión Condiciones Favorables de Trabajo, lo cual se puede verificar en el coeficiente de correlación que es igual a 14.9%, al tener una distribución normal.

H3. Existe relación significativa entre compañerismo y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022.

Tabla 16

Correlación entre la Variable Comunicación Interna y la dimensión Compañerismo.

		Puntaje Compañerismo	Puntaje Comunicación
	- Correlación de Pearson.	1	.238
Puntaje_Compañerismo	- Sig. (bilateral)		.205
	-N	30	30
	- Correlación de Pearson.	.238	1
Puntaje_Comunicación	- Sig. (bilateral)	.205	
	-N	30	30

Se puede apreciar que la relación entre la variable Comunicación Interna y la

dimensión Condiciones Compañerismo, lo cual se puede verificar en el coeficiente de correlación que es igual a 23.8%, al tener una distribución normal. Con estos resultados podemos indicar que la variable Comunicación Interna no presenta una relación estadísticamente significativa, con ninguna de las dimensiones de satisfacción laboral estudiadas.

V. DISCUSIÓN

La investigación actual presenta como objetivo general determinar la relación que existe entre Satisfacción Laboral y Comunicación Interna en la empresa Quántico Trends, para el objetivo se recopiló información mediante dos cuestionarios de 16 y 12 ítems a los 30 colaboradores de la empresa y se recopiló información de autores y sus investigaciones para sustentar la función, necesidades del tema de investigación.

Según Robbins (1998) los colaboradores lo que buscan en las empresas donde laboran, es poder sentir una buena satisfacción laboral, eso quiere decir donde se puedan sentir cómodos en su labor diario (buen ambiente, buenas instalaciones, artículos en buen estado y con sus compañeros) donde tenga una buena remuneración de acuerdo con su labor y esfuerzo. Según la descripción que nos otorga Robbins, podemos decir que los directivos de la empresa Quántico Trends presenta preocupación por que los colaboradores puedan realizar sus labores diarias, en un ambiente laboral cómodo, según las dimensiones Recompensas justas (regular 50%), condiciones favorables de trabaja (alto 40%) y compañerismo (alto 73.3), nos demuestran que las apreciaciones de la mayoría de los colaboradores son en promedio buenas, muchos se sienten a gusto , sin embargo siempre existen puntos que se puedan mejorar o también nos lleva a poder concluir que durante la pandemia se pudieron presentar algunos problemas ya que la empresa no pudo brindar mayor comodidad de un ambiente de trabaja ya que los colaboradores se vieron obligados a trabajar desde sus domicilios.

Según Robbins (1998) también nos manifiesta que depende de un buen líder, poder fomentar una buena satisfacción laboral, que no solo se preocupe por los resultados que puedan tener los colaboradores, también es parte de su labor el poder ser tolerante, considerado y que pueda retroalimentar a su equipo de trabajo.

Se puede indicar que los líderes de la empresa Quántico Trends de las diferentes áreas de trabajo, no están llegando a tener una conexión favorable con sus colaboradores ya que solo el 50% se siente a gusto y el otro 50% está teniendo dificultades en poder sentirse realmente cómodos, ya sea porque no se sienten escuchados y valorados.

Según Rodríguez (2004), hoy en día los colaboradores solo se rigen a cumplir con sus trabajos y no piden mejoras por el temor a perder su trabajo, pero también nos dice que es una realidad en que los directivos de las empresas hoy toman con mayor responsabilidad la satisfacción laboral, ya que en la actualidad existen mediciones, las cuales premian a las empresas por preocuparse por sus colaboradores como el Great Place to Work. Por lo tanto, se puede apreciar que los colaboradores de la empresa Quántico Trends, según las respuestas que brindaron en las encuestas otorgadas a cada uno de ellos, nos demuestran que los líderes de cada área, deberían de conversar o indagar un poco sobre las condiciones de trabajo con las que cuentan hoy en día sus colaboradores, ya que es ahí donde se obtuvo menor porcentaje de satisfacción y tomar en consideración sobre las recompensas que se les está brindando a los colaboradores o si están siendo reconocidos como se debe ya que es el segundo punto con menor porcentaje.

En referente a la Comunicación Interna, los colaboradores no presentan disconformidad, pero no obstante se podría realizar una mejoría en la comunicación interna entre los colaboradores y sus superiores, ya que por motivos de la pandemia de la COVID 19 y la nueva forma de trabajo, sería recomendable tener en consideración las opiniones de los colaboradores.

Según Capriotti (1998) la comunicación interna, y no solo entre los más altos rangos de la empresa, que lo mejor es hacer sentir a sus colaboradores que son valoradas sus apreciaciones, sugerencias, que se sientan escuchados y valorados y no discriminados o ignorados. La comunicación interna de la empresa Quántico Trends está atravesando por un momento complicado, esto podría deberse a la

pandemia de la covid 19, por lo que los trabajadores están trabajando desde sus hogares y se ven afectados con la comunicación ya que no es directa como antes, no consideran mala su comunicación, pero que no está cómo podría haberse dado antes de la pandemia, esto se ve reflejado en su producción mensual y en los resultados estadísticos que indican que la comunicación de los colaboradores en la empresa tiene el siguiente alcance, 40% alto, 26.67% muy alto y 33.33% regular, por lo que se podría indicar que no están recepcionando correctamente la información y por lo mismo no se esté motivando adecuadamente a los colaboradores como antes, debido a las nuevas normas de seguridad que se mantienen por la pandemia.

Según Fontbona y Verazzi (2020), nos dicen que los colaboradores deben estar bien informados de los acontecimientos de la empresa, ya que ellos son el recurso central para el desarrollo de la empresa y ellos no tienen las cosas claras, pues la producción laboral se vería afectada. En la empresa Quántico Trends, se puede apreciar según las encuestas realizadas, que un 46.6% (muy alto) de los colaboradores tienen en claro los objetivos de la empresa, que un 36.6%(regular) no se encuentran realmente motivados por la empresa a poder desempeñar sus labores más que sus propios motivos personales y que les gustaría poder seguir desempeñándose profesionalmente en la empresa, pero que requieren cambios en la comunicación interna para poder lograr mejores resultados.

Según Hersey (1998), la comunicación interna está conformada por comunicación descendente, ascendente, horizontal, por rumores y en redes, indica que existen diferentes maneras de fomentar una buena comunicación entre todos los colaboradores, sin hacer diferencias de rangos y que no hay necesidad de ocultar o minimizar alguna información ya que, con buena comunicación clara y verídica, se puede llegar a buenos resultados. En la empresa Quántico Trends la comunicación interna ha tenido inconvenientes, como jerárquica, tardía, falta de motivación, por lo mismo podría decirse que los colaboradores no están teniendo los resultados esperados por los directivos de la empresa, posiblemente esto esté siendo así ya que la comunicación se esté dando según jerarquía y así la comunicación se ve lenta

y muy poco eficaz.

La gran mayoría de colaboradores, están identificados con la empresa ya que les gustaría realizar línea de carrera y encuentran afinidad con sus compañeros, pero lo que requieren es que la comunicación sea más rápida y eficaz, requieren de más apoyo con información para generar sus propuestas a los clientes.

Los diferentes autores con los que se pudo trabajar, todos llegan a la conclusión que la satisfacción laboral trabaja de la mano con la comunicación interna, pero en esta investigación se aprecia que según los resultados de correlación 18.8%, son bajos entre comunicación interna y satisfacción laboral dentro de la empresa Quántico Trends, no tienen una relación que pueda tener influencia en el manejo de ambas variables.

VI. CONCLUSIONES

1. Al evaluar los resultados de ambos cuestionarios, se determinó que no existe una relación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Quántico Trends.
2. Se llegó a la conclusión que no tienen correlaciones entre sí, la variable comunicación interna y las dimensiones de recompensas justas.
3. Se concluyó que no tienen correlaciones entre sí, la variable comunicación interna y las dimensiones de condiciones favorables.
4. Se determinó que no tienen correlaciones entre sí, la variable comunicación interna y las dimensiones de compañerismo.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se da como recomendación a la empresa Quántico Trends, el poder realizar cambios en su comunicación interna, nuevos métodos, una línea de comunicación jerárquica más corta.

2. Se recomienda que el Gerente General participe de las reuniones de las diferentes áreas, así puede escuchar las apreciaciones y sugerencias de todos sus colaboradores y no solo a un representante de cada equipo, así puede tener una mejor visión de las necesidades de sus colaboradores.

3. Se da como recomendación, tener cada cierto tiempo una encuesta de satisfacción laboral y comunicación interna, así la empresa puede tener una guía de las mejoras que puede realizar en beneficio de la empresa y de sus colaboradores.

4. Se recomienda tener la Satisfacción laboral y la Comunicación interna como dos puntos a tratar diferentes y no mezclarlos ya que ha quedado comprobado que no tienen correlación entre sí.

REFERENCIAS

- Abascal Elena y Grande Ildfonso (2005). Análisis de encuestas. Madrid – España
https://books.google.com.pe/books?id=qFczOOiwRSgC&printsec=frontcover&dq=la+en+cuesta+autor&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=la%20encuesta%20autor&f=false
- Alvarado León, Mónica Roció y Villacorta Carranza, Letty Judith (2018). Comunicación Interna y la Satisfacción Laboral de los colaboradores del Restaurante Rústica de la Ciudad de Trujillo, Año – 2018. Univ. Cesar Vallejo, Trujillo, Perú.
- Brandolini, González y Hopkins (2009). Comunicación Interna: claves para la gestión exitosa. Buenos Aires: La Crujía.
<https://libros.unlp.edu.ar/index.php/unlp/catalog/view/978/965/3193-1>
- Briones Leslie Año (2020 – 2021- Ecuador). La comunicación interna como herramienta de socialización digital de información en la facultad de comunicación social de la Universidad de Guayaquil. Univ. Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/54531>
- Bryman, (2004). Investigación cuantitativa, cualitativa y mixta.
<https://recursos.uco.mx/tesis/investigacion.php>
- Cuba Gerónimo, Pilar (2018). Comunicación Interna y Satisfacción laboral de los trabajadores del CLAS de San Juan Bautista – Ayacucho 2017. Perú. Univ. Univ. Cesar Vallejo.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20449/cuba_gp.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Dario Rodriguez M. (2004). El clima organizacional, su utilidad y su diagnóstico. Noticias Financieras; (Miami).
<https://www.proquest.com/docview/468325702/A6D8DB3875154A09PQ/1?accountid=37408>

Estrella Flores Carretero (2020). Clima laboral y metas corporativas: Las emociones humanas, como las plantas, florecen con los cuidados. Diario la Prensa (New York).
<https://www.proquest.com/docview/2374894034/149EDE28657C4EE2PQ/1?accountid=37408>

Guillermo Westreicher (2022). Muestreo.
<https://economipedia.com/definiciones/muestreo.html> Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2014). Alcance de la investigación.
http://metabase.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/2792/510_06_color.pdf

Hersey (1998). Canales de Comunicación Interna.
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barba_g_f/capitulo2.pdf
capitulo2.pdf (udlap.mx)

Iván Darío Toro Jaramillo, Rubén Darío Parra Ramírez (2006). Método y conocimiento: metodología de la investigación.
<https://books.google.com.pe/books?id=4YkHGjEjy0C&pg=PA158&dq=dise%C3%B1o+no+experimental&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwjuppnv3Jf2AhW5H7kGHc4FB3gQ6AF6BAgDEAI#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20no%20experimental&f=false>

- J. Muntané Relat (2010). Introducción a la Investigación Básica. <file:///C:/Users/ruthm/Downloads/RAPD%20Online%202010%20V33%20N3%2003.pdf>
- Joan Cuenca Fontbona y Laura Verazzi (2020). Comunicación interna total: Estrategia, prácticas y casos. Editorial UOC (Barcelona). <https://books.google.com.pe/books?id=IOfxDwAAQBAJ&pg=PT184&dq=CAPRIOTTI+P.+COMUNICACION+INTERNA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj5iLKv1tj1AhWQq5UCHctOBvoQ6AF6BAgLEAI#v=onepage&q=CAPRIOTTI%20P.%20COMUNICACION%20INTERNA&f=false>
- León Escudero, Veronica Del Rosario (2021). Comunicación interna y satisfacción laboral del personal administrativo del Hospital Regional de Huacho distrito de Huacho Lima provincias, 2021. Univ. Cesar Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78039/Leon_EVD R- SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lujan Luis, Gamarra Mario (2016). Comunicación interna y satisfacción laboral en la Dirección de Estudios Especiales del Ministerio de Transportes y Comunicaciones Año 2013. <https://repositorio.ucv.edu.pe>.
- Moyón Calle, Kelly Vanessa (2019). Gestión de la Comunicación interna en la Unidad Educativa Estero Salado “Fe Y Alegría” y su incidencia en el clima laboral de la Institución. Univ. Guayaquil – Ecuador. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/44478>.
- Muñoz Zapatier, Génesis Samanta (2020). Comunicación Interna de la empresa tiendas industriales asociadas S.A y su incidencia en el desempeño laboral, guayaquil 2020. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/53338>.

Murillo Javier (2008). Métodos de Investigación de enfoque experimental.
<https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educación/10.pdf>

Paul Capriotti (1998) La Comunicación Interna. Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo (Argentina).
http://www.bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Interna.pdf

Pedro Luis López (2004). Población, Muestra y Muestreo.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012

Robbins (1998). Satisfacción Laboral.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/57839903/Satisfaccion_laboral-with-cover-pagev2.pdf?Expires=1647929487&Signature=XF1MNTphNHkz1Z7mbdPiqBzS4~CU8O4TSKVnisdwAbREWFpMMsleAUy-OIAPw2VhcYt6xjCaESPTQ5wzPV8481hX5xTgAdtGo-OO-6m-Wr5JxR-mudVFFiclgCbgJUlf~dkJG9fDQWI4OVvwh1cdSzGBfJQ0gdj75sLMegelKqxdaTtul88eWtUA2OW32s0mjYs5DzBPK-JIOT3wBDiYTObzGL0aVL2E2TkruCWGale8ctcb3GhwgzkzrNHMDXT2ptzTixBSbO36MlgBVC56NK4QA3MdsPUS-095BEpVRGmyxw2D0uWzU0Vg1dn4076NA-K-RWoElkIZyindw0U7w&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

S. Robbins (1998). Comportamiento Organizacional. Prentice Hall, Octava edición (México). www.gestiopolis.com/satisfaccion-laboral/

Saldarriaga Díaz, José Manuel (2020). Comunicación interna y satisfacción laboral en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Macate, 2019. <https://repositorio.ucv.edu.pe> Sellan Moncayo, Sellan (2020 - Ecuador). Análisis de la comunicación interna del Municipio del Cantón Daule y su influencia en el

Clima Laboral en el año 2019. Univ.: Universidad de Guayaquil.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/54531>

Thomas, H (2002). Barreras de la Comunicación Interna.
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barba_g_f/capitulo2.pdf
capitulo2.pdf (udlap.mx)

Thomas, H (2002). Funciones de la Comunicación Interna.
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barba_g_f/capitulo2.pdf
capitulo2.pdf (udlap.mx)

Zorrilla (1993). Tipos de investigación.
https://groups.google.com/forum/#!topic/info_eq3/5u2BQjd5nnE

Zuñiga Cusi, Angela Janeth (2019). Comunicación interna y satisfacción laboral en los trabajadores asistenciales del Hospital Regional de Ayacucho – 2019.
<https://repositorio.ucv.edu.pe>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

OPERACIONALIZACION DE VARIABLE SATISFACCION LABORAL]

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Valores	Niveles y rango
Recompensas justas	Remuneración	1,2,3,4	1) Nunca	1)Bajo
Condiciones Favorables de Trabajo	Lugar de trabajo	5,6,7,8,9,10,11,12	2) Casi nunca	2) Regular
			3) A veces	3)Alto
Compañerismo	Ambiente laboral	13,14,15,16	4) Casi siempre	4) Muy alto
			5) Siempre	

Anexo 2

Matriz de operacionalización de variables

OPERACIONALIZACION DE VARIABLE COMUNICACIÓN INTERNA

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Valores	Niveles y rango
Objetivos	Metas	1,2,3,4	6) Nunca 7) Casi nunca	1)Bajo 2) Regular
Motivación	Reconocimiento	5,6,7,8,9	8) A veces 9) Casi siempre	3)Alto 4) Muy alto
Misión	Puesto Laboral	10,11,12	10)Siempre	

Anexo 3

Matriz de consistencia: Satisfacción laboral y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends ,2022

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA	POBLACION Y MUESTRA	TECNICAS DE INSTRUMENTOS DE RECOJO DE DATOS
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Cuál es la relación entre satisfacción laboral y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022?</p> <p>PROBLEMA ESPECIFICO: P1 ¿Cuál es la relación entre Recompensas justas y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022? P2 ¿Cuál es la relación entre condiciones favorables y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022? P3 ¿Cuál es la relación entre compañerismo y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación entre satisfacción laboral y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022</p> <p>OBJETIVO ESPECIFICO: 01 determinar la relación entre recompensas justas y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022 02 determinar la relación entre condiciones favorables y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022 03 determinar la relación entre compañerismo y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL: Existe relación entre satisfacción laboral y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022</p> <p>HIPOTESIS ESPECIFICA: H1 Existe relación entre la recompensas justas y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022 H2 Existe relación entre la condiciones favorables y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022 H3 Existe relación entre la compañerismo y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends, 2022</p>	<p>Variable1 Satisfacción Laboral</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recompensas justas • Condiciones favorables de trabajo • compañerismo o (S. Robbins) <p>VARIABLE2: Comunicación Interna</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos • Motivación • Misión (P.Capriotty) 	<p>TIPÓ DE INVESTIGACIÓN: Básica</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Descriptivo - Correlacional</p> <p>ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN: Cuantitativo</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN: No experimental</p> <p>M: Muestra Ox: Observación de la Comunicación interna. Oy: Observación de la Satisfacción Laboral. R: Relación de las variables.</p>	<p>POBLACION: La población es de 30 colaboradores del Área Comercial de la empresa Quántico Trends, durante la pandemia de la Covid 19 en el 2022.</p> <p>MUESTRA: 30 colaboradores del Área Comercial</p> <p>METODOS DE ANÁLISIS DE DATOS: La estadística descriptiva</p>	<p>TECNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTOS: Cuestionarios</p> <p>ESCALA DE MEDICION: Tipo Likert, escala ordinal</p> <p>NIVEL DE INTERPRETACION (Sonia Palma) Satisfacción Laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nunca • Casi Nunca • A veces • Casi siempre • Siempre <p>Comunicación Interna</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nunca • Casi Nunca • A veces • Casi siempre • Siempre

Anexo 4

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide Satisfacción Laboral

TITULO DE LA TESIS: Satisfacción laboral y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends ,2022

VARIABLE: Satisfacción Laboral							
DIMENSIÓN 1: Recompensas Justa							
INDICADORES	ÍTEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO					OBSERVACIONES
		REPRESENTATIVIDAD	PERTINENCIA	COHERENCIA	CONSISTENCIA	CLARIDAD	
Remuneración	Usted considera que su remuneración es la adecuada	3	3	3	3	3	
	Considera que su remuneración es acorde a las remuneraciones de las demás empresas	3	3	3	3	3	
	Usted considera que la empresa brinda incentivos adecuados a sus trabajadores	3	3	3	3	3	

Remuneración	Cada cuanto la empresa les brinda algún tipo de recompensa por sus logros	3	3	3	3	3	
DIMENSIÓN 2: Condiciones Favorables de Trabajo							
Lugar de trabajo	Las instalaciones de la empresa antes de la pandemia eran adecuadas para su trabajo	3	3	3	3	3	
	Durante la pandemia, la empresa se preocupó por que tengan un buen lugar de trabajo	3	3	3	3	3	
	La empresa les brinda las herramientas necesarias para realizar sus labores	3	3	3	3	3	
	La empresa les brinda la información necesaria y de forma eficaz para su desempeño laboral	3	3	3	3	3	
	Considera usted que existe una buena comunicación interna entre los trabajadores	3	3	3	3	3	
	Ve una relación clara entre mi trabajo y los objetivos de la empresa	3	3	3	3	3	

	La empresa prepara a sus colaboradores para que puedan asumir nuevas responsabilidades.	3	3	3	3	3	
	Considera que la forma en que se organiza el trabajo en mi área contribuye con la productividad	3	3	3	3	3	
DIMENSIÓN 3: Compañerismo							
	Considera que entre sus compañeros existe apoyo laboral	3	3	3	3	3	
	Considera que entre sus compañeros existe rivalidad	3	3	3	3	3	
	La relación con sus compañeros de trabajo es agradable y solidaria	3	3	3	3	3	

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide Comunicación Interna

VARIABLE: Comunicación Interna							
DIMENSIÓN 1: Objetivo							
INDICADORES	ÍTEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO					OBSERVACIONES
		REPRESENTATIVIDAD	PERTINENCIA	COHERENCIA	CONSISTENCIA	CLARIDAD	
	Tengo en claro cuáles son mis responsabilidades dentro de la empresa	3	3	3	3	3	
	Tengo en conocimiento cual es el objetivo de la empresa a alcanzar	3	3	3	3	3	
	Usualmente es posible que llegue a las metas impuestas por la empresa	3	3	3	3	3	
DIMENSIÓN 2: Motivación							

	La empresa me brinda incentivos por mis logros alcanzados	3	3	3	3	3	
	Considero que la empresa reconoce mi esfuerzo	3	3	3	3	3	
	La empresa me motiva a superarme y esforzarme más en mi trabajo	3	3	3	3	3	
	La empresa les brinda la información necesaria y de forma eficaz para su desempeño laboral	3	3	3	3	3	
	La empresa me motiva a querer hacer línea de carrera	3	3	3	3	3	
DIMENSIÓN 3:							
Motivación							
	Me siento a gusto en mi puesto laboral	3	3	3	3	3	
	Me gustaría seguir trabajando en Quántico Trends por mucho más tiempo	3	3	3	3	3	
	Me gustaría cambiar de área de trabajo	3	3	3	3	3	

Anexo 5

Validación de expertos

DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	Arnaldo Villalba Rojas	DNI N°	25849900
Nombre del Instrumento	Validación de Contratos		
Dirección domiciliaria	Jo. Martínez 201	Teléfono domicilio	924 506 926
Título Profesional/Especialidad	Lic. Ciencias de la Comunicación	Teléfono Celular	924 506 926
Grado Académico	Magister en Gestión Pública		
Mención			
FIRMA		Lugar y Fecha:	Callao, 21 de Febrero 2022



 Lic. Arnaldo Villalba Rojas
 COMERCIALIZADOR

DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	Luzmila Repetto Torres	DNI N°	40703615
Nombre del Instrumento	Validación		
Dirección domiciliaria	Jo. Torres 565 La Paila	Teléfono domicilio	912 233 254
Título Profesional/Especialidad	Lic. Ciencias de la Comunicación	Teléfono Celular	912 233 254
Grado Académico	Magister		
Mención			
FIRMA		Lugar y Fecha:	21/2/2022, Callao



 Lic. Luzmila Repetto Torres
 COMERCIALIZADORA

DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	Christian Martinez Navarro	DNI N°	40557986
Nombre del Instrumento	Validación de Instrumentos		
Dirección domiciliaria	Av. Los Libertadores Mz G lote 30	Teléfono domicilio	
Título Profesional/Especialidad	Periodismo	Teléfono Celular	993105069
Grado Académico	Magister		
Mención	Ciencias de la Educación		
 FIRMA		Lugar y Fecha: San Miguel	16 abril 2022

Anexo 6

Alfa de Cronbach

Satisfacción Laboral

Encuestados	Objetivos				Motivacion					Mision			Suma
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
E1	3	3	3	3	2	3	3	2	1	3	4	2	32
E2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	1	50
E3	5	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4	2	40
E4	4	4	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	35
E5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	56
E6	3	3	3	2	3	2	3	3	1	3	3	3	32
E7	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	1	51
E8	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	46
E9	5	3	4	5	2	2	2	2	3	3	3	4	38
E10	4	4	4	4	4	3	3	2	2	4	4	2	40
E11	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	35
E12	4	5	3	3	5	3	3	4	3	4	4	2	43
E13	4	5	3	3	5	3	3	4	3	4	4	2	43
E14	5	3	4	4	3	3	2	4	1	3	2	5	39
E15	4	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	32
E16	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	48
E17	5	5	3	4	4	3	4	4	3	4	5	1	45
E18	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	1	53
E19	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	1	52
E20	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	56
Varianza	0.5400	0.6875	0.4100	0.7275	1.4275	1.1475	0.8500	0.9475	1.6900	0.6900	0.7475	1.1600	60.91
Sumatoria de Varianza													
Var. De la sumatoria													

sumatoria_var (S²) = 11.02500000
 Varianza Suma de los items (S_r²)= 60.91
 K/(K-1) = 1.090909091
 Σ (S_i²)/S_r² = 0.181004761

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_r^2} \right]$$

alfa_cronbach = 0.8934

Comunicación Interna

Encuestados	Recompensas Justas				Condiciones favorables de Trabajo								Compañerismo				Suma
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	
E1	2	2	3	2	3	3	2	1	3	4	3	3	3	2	2	3	41
E2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	1	5	5	74
E3	1	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	1	4	3	3	38
E4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	5	5	51
E5	1	4	2	2	3	2	2	1	3	3	2	3	3	2	5	3	41
E6	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4	51
E7	4	3	2	3	4	1	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	52
E8	2	2	3	2	3	4	3	3	2	3	3	2	2	4	4	4	46
E9	4	3	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	3	3	5	4	61
E10	3	2	2	2	4	3	2	4	2	1	2	3	2	3	5	4	44
E11	3	3	3	5	5	2	2	4	4	3	4	5	5	3	5	4	60
E12	3	3	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	1	5	5	67
E13	3	2	4	3	4	5	3	4	4	2	3	4	4	2	5	4	56
E14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
E15	4	3	4	3	5	5	3	5	5	4	4	4	3	1	4	5	62
E16	5	5	4	5	5	3	3	4	4	5	5	4	5	2	5	5	69
E17	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	56
E18	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	3	5	5	73
E19	4	4	5	5	5	3	3	5	4	4	5	5	5	1	5	5	63
E20	4		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	73
Varianza	1.2875	1.05	1.15	1.55	0.787	1.35	0.96	1.54	0.91	0.95	0.95	0.86	1.15	1.05	0.74	0.63	123.21
Sumatoria de Varianza																	
Var. De la sumatoria																	

sumatoria_var (S_i²) = 16.89933518
 Varianza Suma de los items (S_T²)= 123.21
 K/(K-1) = 1.052631579
 Σ (S_i²)/S_T² = 0.137158795
 alfa_cronbach = 0.9083

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Anexo 7

Encuesta de satisfacción Laboral

Estimado colaborador de la empresa Quántico Trends, le agradezco por su participación en mi investigación académica, le pido pueda responder con la mayor transparencia y veracidad a las diversas preguntas del cuestionario, marcando lo que corresponda según su opinión.

Preguntas	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1. ¿Usted considera que su remuneración es la adecuada?					
2. ¿Considera que su remuneración es acorde a las remuneraciones de las demás empresas?					
3. ¿Usted considera la empresa brinda incentivos adecuados a sus trabajadores?					

4. ¿Cada cuanto la empresa les brinda algún tipo de recompensa por sus logros?					
5. ¿Las instalaciones de la empresa antes de la Pandemia eran adecuadas para su trabajo?					
6. ¿Durante la pandemia, la empresa se preocupó por que tengan un buen lugar de trabajo?					
7. ¿La empresa les brinda las herramientas necesarias para realizar sus labores?					
8. ¿La empresa les brinda la información					

necesaria y de forma eficaz para su desempeño laboral?					
9. ¿Considera usted que existe una buena comunicación interna entre los trabajadores?					
10. ¿Veo una relación clara entre mi trabajo y los objetivos de la empresa?					
11. ¿La empresa prepara a sus colaboradores para que puedan asumir nuevas responsabilidades?					
12. ¿Considera que la forma que se organiza el trabajo en mi área contribuye con la productividad?					
13. ¿Considera que entre sus compañeros existe apoyo laboral?					
14. ¿Considera que entre sus compañeros existe rivalidad?					
15. ¿La relación con sus compañeros de trabajo es agradable y solidaria?					

ANEXO N°2

Encuesta de Comunicación Interna

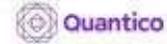
Estimado colaborador de la empresa Quántico Trends, le agradezco por su participación en mi investigación académica, le pido pueda responder con la mayor transparencia y veracidad a las diversas preguntas del cuestionario, marcando lo que corresponda según su opinión.

Preguntas	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1. ¿Tengo en claro cuáles son mis responsabilidades dentro de la empresa?					
2. ¿Tengo en conocimiento cual es el objetivo de la empresa a alcanzar?					
3. ¿Usualmente es posible que llegue a las metas impuestas por la empresa?					
4. ¿La empresa me brinda herramientas para lograr mis objetivos (capacitaciones, herramientas, etc.)?					
5. ¿La empresa me brinda incentivos por mis logros alcanzados?					
6. ¿Considero que la empresa reconoce mi esfuerzo?					

7. ¿La empresa me motiva a superarme y esforzarme más en mi trabajo?					
8. ¿La empresa les brinda la información necesaria y de forma eficaz para su desempeño laboral?					
9. ¿La empresa me motiva a querer hacer línea de carrera?					
10. ¿Me siento a gusto en mi puesto laboral?					
11. ¿Me gustaría seguir trabajando en Quántico Trends por mucho más tiempo?					
12. ¿Me gustaría cambiar de área de trabajo?					

Anexo 7

Solicitud a la empresa Quántico Trends



“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

Lima 18 de abril de 2022

Ruth Nathali Méndez Vivanco

Presente. -

De mi especial consideración

Tengo el agrado de dirigirme a usted a nombre de la empresa Quántico Trends, con la finalidad de hacer de su conocimiento que la solicitud para aplicar el cuestionario para su investigación denominada **“Satisfacción laboral y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends ,2022”** ha sido admitida. Mi despacho ha brindado las indicaciones correspondientes para las facilidades y así pueda finalizar con su trabajo de investigación

Atentamente.

 Quántico



Gisella Planas Arguedas
DNI 07882985
Quántico Trends SAC



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, SEMINARIO BRAVO ALDO MAXIMILIANO, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CALLAO, asesor de Tesis titulada: "Satisfacción laboral y comunicación interna de los trabajadores en la empresa Quántico Trends ,2022", cuyo autor es MENDEZ VIVANCO RUTH NATHALI, constato que la investigación cumple con el índice de similitud 22.00% establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 29 de Abril del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
SEMINARIO BRAVO ALDO MAXIMILIANO DNI: 25764546 ORCID 0000-0002-1784-0853	Firmado digitalmente por: ASEMINARIOB el 04-05- 2022 13:50:48

Código documento Trilce: TRI - 0298500