



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGIA

“Construcción de una Escala de comunicación organizacional interna en
colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima
Metropolitana, 2018”

**TESIS PARA OBTENER TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**

AUTORA:

GONZALES MEGO , Nicole Jennifer

ASESORES:

Mg. ROSARIO QUIROZ, Fernando Joel

Mg. MANRIQUE TAPIA, César Raúl

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

PSICOMÉTRICA

Lima – Perú

2018



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don
(a) Gonzalo Negro Nicole Jennifer

cuyo título es: Construcción de una escala de Comunicación organizacional interna en Cel. Ejecutores de una empresa del rubro farmo. Cuidado de Lima Metropolitana, 2019

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 18 (número) Dieciocho (letras).

Lima Norte 21 de febrero del 2019

.....
PRESIDENTE

Dr. Luis Alberto Barboza Lozada

.....
SECRETARIO

Mg. César Raúl Manrique Tapia

.....
VOCAL

Mg. Fernando Joel Rosario Quiroz



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

DEDICATORIA

Dedico esta tesis primero a Dios, por estar siempre conmigo, a mi mamita Victoria, a mi papá Hugo y a Deysi, a mis hermanas Sofia y Ayelen y a mi pequeño sobrino Derek; por estar siempre a mi lado apoyándome y por ser fuente principal de motivación e inspiración en mí día a día. Al mismo tiempo a todas aquellas personas que confiaron en mí, me impulsaron de alguna u otra manera a seguir adelante y me brindaron un poco de su tiempo y apoyo durante este proceso de investigación.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por todo lo brindado. Un agradecimiento especial para mi asesor Fernando Joel Rosario Quiroz por su apoyo, dedicación y por impartir sus conocimientos conmigo. A mi familia por el apoyo moral y económico que me brindaron; a mi mejor amigo Bryan Obando por su apoyo incondicional. A cada uno de los docentes que compartieron conmigo sus conocimientos, y que fortalecieron mi carrera como futura psicóloga; de manera muy especial a los docentes, al Mg. César Raúl. Manrique Tapia, Dr. Juan Jose Kaneko Aguilar.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Nicole Jennifer Gonzales Mego, con DNI: 47906588, estudiante de la Escuela de Psicología de la Universidad César Vallejo, con la tesis titulada “Construcción de una Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018”, declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, Diciembre del 2018.



Nicole Jennifer Gonzales Mego

DNI 47906588

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado calificador:

Dando cumplimiento a las normas del Reglamento de Grados y Títulos para la elaboración y la sustentación de la Tesis de la Escuela Profesional de Psicología de la Universidad “César Vallejo”, para optar el título Profesional de Licenciada en Psicología, presento la tesis titulada: “Construcción de una Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018”. La investigación tiene la finalidad de crear una escala para la medición de dicha variable.

El informe de investigación está conformado por siete capítulos; el primer capítulo nombrado introducción, se describe la realidad problemática, los trabajos previos, el marco teórico de la variable, la formulación del problema, la justificación y los objetivos. El segundo capítulo denominado marco metodológico, el cual comprende la Operacionalización de las variables, tipos de estudio, diseño de investigación, la metodología, la población, la muestra y muestreo, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y los métodos de análisis de datos. En el tercer capítulo se hallan los resultados de acuerdo a los objetivos planteados; asimismo, el cuarto capítulo describe la discusión de los resultados; en el quinto capítulo se hallan las conclusiones referentes a la presente investigación; en el sexto capítulo las recomendaciones; en el séptimo capítulo las referencias bibliográficas y por último los anexos.

Espero señores miembros del jurado que esta investigación se ajuste a las exigencias establecidas por la Universidad y merezca su aprobación.

Índice	Pág.
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad problemática	1
1.2 Trabajos previos	3
1.3 Teorías relacionadas al tema	8
1.3.1 Teorías referente a la variable	15
1.3.2 Teorías psicométricas	21
1.4 Formulación del problema	36
1.5 Justificación del estudio	36
1.6 Hipótesis	37
1.7 Objetivos de la investigación	38
II. MÉTODO	
2.1 Diseño de investigación	39
2.2 Variables, operacionalización	39
2.3 Población y muestra	40
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	41
2.5 Métodos de análisis de datos	43
2.6 Aspectos éticos	45

III. RESULTADOS	46
IV. DISCUSIÓN	61
V. CONCLUSIONES	67
VI. RECOMENDACIONES	68
VII. REFERENCIAS	69

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia	78
Anexo 2. Instrumento versión final	79
Anexo 3. Instrumento versión preliminar	81
Anexo 4. Tabla de Renumeración con el formato final después de los análisis psicométricos	83
Anexo 5. Carta de presentación – Piloto	85
Anexo 6. Carta de presentación – Muestra final	86
Anexo 7. Carta de autorización	87
Anexo 8. Consentimiento Informado	88
Anexo 9. Resultado de estudio piloto	89
Anexo 10. Criterio de jueces de la Escala de comunicación organizacional interna 4G	97
Anexo 11. Valoración de similitud Turnitin	102
Anexo 12. Autorización de Publicación de Tesis en Repositorio Institucional UCV	104
Anexo 13. Formulario de Autorización para la Publicación Electrónica de la Tesis	105
Anexo 14. Autorización de la Versión Final del Trabajo de Investigación	106
Anexo 15. Manual de la Escala de Comunicación Organizacional Interna 4G	107

Índice de tablas	Pág.
Tabla 1. Diferencias entre la TCT y TRI.	24
Tabla 2. Análisis descriptivo de los ítems de la dimensión descendente (n=1000).	46
Tabla 3. Análisis descriptivo de los ítems de la dimensión ascendente (n=1000).	46
Tabla 4. Análisis descriptivo de los ítems de la dimensión horizontal (n=1000).	47
Tabla 5. Análisis descriptivo de los ítems de la dimensión transversal (n=1000).	48
Tabla 6. Evaluación de los supuestos previos al análisis factorial exploratorio de Medida Kaiser-Meyer-Olkin y Prueba esfericidad de Bartlett de la Escala de comunicación organizacional interna, (n=1000) de ECOI – 4G.	48
Tabla 7. Varianza total explicada de la Escala de comunicación organizacional interna, (n=1000) de ECOI – 4G.	49
Tabla 8. Distribución de los ítems por factores de la Escala de comunicación organizacional interna, ECOI – 4G, (n=1000).	
50	
Tabla 9. Medidas de bondad de ajuste del análisis factorial confirmatorio de la Escala de comunicación organizacional interna (n= 1000), ECOI – 4G.	51
Tabla 10. Medidas de bondad de ajuste del análisis factorial confirmatorio de la Escala de comunicación organizacional interna (n= 400), ECOI – 4G.	53
Tabla 11. Medidas de bondad de ajuste del análisis factorial confirmatorio de la Escala de comunicación organizacional interna (n= 600), ECOI – 4G.	55
Tabla 12. Confiabilidad por Alfa de Cronbach y Coeficiente Omega de las dimensiones de la Escala de comunicación organizacional interna (n= 1000), ECOI – 4G.	58
Tabla 13. Prueba de U de Mann-Whitney de la escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa (n= 1000).	59
Tabla 14. Baremos de la escala de comunicación organizacional interna, ECOI – 4G, para ambos puestos, en las dimensiones 1 y 3.	59
Tabla 15. Baremos de la escala de comunicación organizacional interna, ECOI – 4G, según el tipo de puesto Químicos en las dimensiones 2, 4 y Coi.	60

Tabla 16. Baremos de la escala de comunicación organizacional interna, ECOI – 4G, según el tipo de puesto Químicos en las dimensiones 2, 4 y Coi.	60
Tabla 17. Evidencia de validez de contenido de la comunicación organizacional interna por V de Aiken	89
Tabla 18. Evidencia de validez de contenido de la comunicación organizacional interna por V de Aiken de Intervalos de confianza	91
Tabla 19. Evidencia de validez de contenido de la comunicación organizacional interna por prueba binomial	93
Tabla 20. Confiabilidad por Alfa de Cronbach de las dimensiones de la Escala de comunicación organizacional interna (n= 131), ECOI – 4G	96
Tabla 21. Estadísticos de fiabilidad de la escala de comunicación organizacional interna (n= 131)	96

Índice de figuras

Pág.

Figura. 1. Disciplinas del Comportamiento Organizacional.	10
Figura. 2. Modelo básico del Comportamiento Organizacional – Etapa I.	12
Figura. 3. Modelo básico del Comportamiento Organizacional – Etapa II.	14
Figura. 4. Proceso de la comunicación organizacional formal.	19
Figura. 5. Proceso estadístico realizado en la Fase 1 – Piloto (n=131).	43
Figura. 6. Proceso estadístico realizado en la Fase 2 – Muestra Final (n=1000).	44
Figura 7. Análisis factorial confirmatorio de las dimensiones de comunicación organizacional interna.	52
Figura. 8. Análisis factorial confirmatorio de las dimensiones de comunicación organizacional interna.	54
Figura. 9. Análisis factorial confirmatorio de las dimensiones de comunicación organizacional interna.	56
Figura. 10. Análisis factorial confirmatorio de las dimensiones de comunicación organizacional interna, Modelo 2 en covarianza (ítems 27 y 29).	57

RESUMEN

La presente investigación de tipo psicométrico y tecnológico, tuvo como objetivo general construir una escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana. La versión preliminar de la escala estuvo conformada por 33 ítems, los que se analizaron luego de su aplicación en un piloto en 131 colaboradores y se verificaron los indicadores de validez de contenido quedando para la muestra una versión final de 31 ítems. La muestra de 1000 colaboradores fue obtenida por un muestreo de tipo no probabilístico por juicio. Se trabajó la validez de contenido mediante análisis de ítems considerando estadísticos descriptivos; además, se realizó la esta validez mediante el juicio de 10 expertos y se obtuvieron los índices mediante la V. de Aiken $p > 0.80$ y la prueba Binomial $p < 0.05$ en 33 reactivos. La validez de constructo de obtuvo a través del análisis factorial confirmatorio, que permitió verificar la pertinencia del modelo teórico para explicar la comunicación organizacional interna compuesta por cuatro dimensiones de acuerdo a la teoría de Arizcuren. La confiabilidad por consistencia interna fue obtenida a través del coeficiente de Omega de McDonald obteniendo un valor de 0.96. Finalmente, se construyeron puntajes eneatipos para la interpretación de la escala, con los niveles: Bajo, Medio y Alto. En síntesis, la escala de comunicación organizacional interna – 4G reúne suficientes evidencias de validez y confiabilidad para su aplicación.

Palabras clave: *comunicación organizacional interna, comunicación organizacional, comunicación interna, construcción, psicometría.*

ABSTRACT

The present research of psychometric and technological type, had like general objective to construct a scale of internal organizational communication in collaborators of a company of the pharmaceutical item of Lima Metropolitan. The preliminary version of the scale consisted of 33 items, which were analyzed after their application in a pilot in 131 collaborators and indicators of content validity were verified, leaving for the sample a final version of 31 items. The sample of 1000 collaborators was obtained by a sampling of non-probabilistic type by trial. Content validity was worked through item analysis considering descriptive statistics; In addition, this validity was made by the judgment of 10 experts and the indexes were obtained by the V. of Aiken $p > 0.80$ and the Binomial test $p < 0.05$ in 33 reagents. The construct validity was obtained through confirmatory factor analysis, which allowed to verify the relevance of the theoretical model to explain the internal organizational communication composed of four dimensions according to Arizcuren's theory. The reliability for internal consistency was obtained through the McDonald Omega coefficient obtaining a value of 0.96. Finally, eneatisos scores were constructed for the interpretation of the scale, with the levels: Low, Medium and High. In short, the scale of internal organizational communication - 4G gathers enough evidence of validity and reliability for its application.

Key words: *internal organizational communication, organizational communication, internal communication, construction, psychometry.*

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

En la actualidad el estudio llevado a cabo en el ámbito organizacional están centrado en los aspectos de estructura, tecnología y recursos humanos, es necesario analizar y realizar nuevas investigaciones de variables, que permitan un equilibrio entre la rentabilidad y el desarrollo del talento humano en las organizaciones. Cabe resaltar que la comunicación organizacional interna, es una de las variables encontramos de manera tácita en las organizaciones y de esta dependen múltiples variables para el adecuado desarrollo de las organizaciones dentro de ellas encontramos el compromiso organizacional.

A nivel mundial la Asociación de Directivos de Comunicación, ha reportado que 9 de cada 10 compañías en España cuenta con departamento de Comunicación, y que 1 de cada 2 cuenta con un Plan de Comunicación Interna; además existe un encargado en ejecutar y diseñar dicho plan de comunicación y este tiene un 60% de influencia en la dirección de la empresa. (DIRCOM, 2010).

La comunicación organizacional muestra deficiencias afectando de manera directa a las empresas Latinoamericanas, por tanto, se observa un problema habitual del 32% en el Perú, Panamá y El Salvador, el 14% en Colombia, México con un 52% y Argentina y Chile con un 57%, se observan problemas no habituales (Aguilera, 2007).

En España, el mayor beneficio que aporta la Comunicación Interna es que ayuda a crear cultura de la empresa entre los trabajadores (19%). También valoran, casi en la misma medida, que evita la aparición de rumores, construyendo un clima de confianza y motivación (18%). Como tercer aspecto, consideran que permite informar a los trabajadores de las noticias y los logros alcanzados por la empresa 13% (Marketing, 2013).

En Argentina resta saber si la buena comunicación garantiza el éxito de las compañías. Y si bien no lo certifica, ayuda. La comunicación es una pieza fundamental dentro del funcionamiento interno y externo de la compañía, pero también hay muchas decisiones organizacionales que no dependen de la comunicación. “Una buena comunicación tiene que estar acompañada de una buena empresa” (Formanchuk, 2015).

En el 2016, el Great Place to Work, indicó que la principal razón de permanencia de los colaboradores en una empresa es la oportunidad de crecimiento y desarrollo profesional

con un 47.4%, mientras que la remuneración y los beneficios que ésta pueda ofrecer ocupan el último puesto con un 7%.

En el Perú, el Dircom mantuvo su condición de profesional en proceso de descubrimiento (en el sector público, sobre todo) y de formación (aunque más intensiva entre los profesionales). Los profesionales que más buscaron capacitarse en Comunicación Corporativa y Comunicación Interna fueron -precisamente- los que provienen de las escuelas de periodismo, ciencias de la comunicación o comunicación social. Esta particularidad tiene su explicación en la poca base que a muchos reciben en su formación de pregrado y en la necesidad de generar relaciones con otros profesionales interesados o ya trabajando en el área (Antezana, 2016).

La comunicación organizacional se debe dar de manera adecuada y utilizar procesos de comunicación formal que no afecten a las relaciones laborales que involucran al personal de manera directa, ya que si la motivación es un factor que debe estar presente para el logro de los objetivos propuestos. Por lo tanto, se detalla que la herramienta a utilizar comprende de manera significativa a las empresas tanto a los colaboradores, clientes externos y a los consumidores (Tuesta, 2013).

El aspecto de la comunicación no se evalúa con los criterios de acorde a lo que se debería medir en base a las dimensiones en las teorías mencionadas, ya que no figuran en los siguientes instrumentos: Test de Comunicación Organizacional de Portugal (2005) y la Escala de Comunicación Organizacional (ECO) de Fernández (1999).

En el párrafo anterior preciso las escalas de comunicación organizacional, no miden con exactitud la variable a estudiar. Por lo tanto, se diseñará la construcción de una escala psicométrica de comunicación organizacional interna, empleando cuatro dimensiones relacionadas a la teoría principal a utilizar, con el fin de brindar un instrumento que permita, recabar y encontrar resultados favorables o no favorables, para generar resultados óptimos dentro de los objetivos e indicadores de las organizaciones.

1.2 Trabajos previos

Antecedentes Internacionales

Ramos (2015) en su investigación de tesis de pregrado denominado “*La Comunicación Interna y su Incidencia en la Productividad de la Cooperativa de Ahorro, Crédito y Vivienda la Merced Ltda., en la Ciudad de Ambato*”, presentada en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador, con el objetivo de investigar de qué manera influye la comunicación interna en la productividad de la Cooperativa de Ahorro, Crédito y Vivienda la Merced Ltda., tiene como finalidad metodológica se utilizó el tipo de investigación cuali - cuantitativa, con un nivel y tipo exploratorio, descriptivo y correlacional a lo largo de la investigación, se empleó la encuesta de comunicación interna a clientes interno y externos. La muestra que utilizaron, fue Cooperativa de Ahorro, Crédito y Vivienda la Merced Ltda., en la Ciudad de Ambato. A modo de conclusión, que no existía un adecuado sistema de comunicación interna, por lo cual no hubiera permitido a la institución logre generar resultados adecuados entorno, a un mejor desarrollo, por ende, no interfiera en el logro de alcanzar objetivos planteados en la organización. Sin embargo, se recomienda la importancia de implementar un adecuado plan que involucre a la comunicación interna, dado que brindara grandes beneficios a todos los colaboradores.

Umaña (2015) presentó su tesis titulada “*La comunicación interna y satisfacción laboral con personal de en la empresa restaurante de comida gourmet de la ciudad de Quetzaltenango, Guatemala*”, teniendo como principal objetivo poder determinar la influencia de la comunicación interna en la satisfacción laboral del personal de Restaurante de comida Gourmet. Por otro lado, en relación a la metodología estadística con un tipo de estudio descriptivo, para ello utilizaron un cuestionario de comunicación interna, con una muestra de 50 colaboradores. En conclusión, los colaboradores manifiestan sentirse insatisfechos es sus puestos de trabajo, por consiguiente, la comunicación no fluye de manera adecuada, evidenciándose una baja en el desempeño laboral de los colaboradores de la organización. Por consiguiente, se recomendó el reforzamiento en los procesos de comunicación que incluyan al personal de la organización, a través de planteamientos de objetivos positivos que favorezcan y permitan mejorar a diario sus habilidades dentro de la organización.

Armas (2014) presentó su tesis titulada *“La comunicación interna y clima laboral en la empresa de telecomunicaciones Call Center de la ciudad de Quetzaltenango, Guatemala,* teniendo como objetivo principal determinar la comunicación interna como beneficio al clima laboral en el call center de la ciudad de Quetzaltenango, usando a los colaboradores del área de call center. En relación a la metodología, se emplearon un diseño descriptivo – correlacional, en la investigación usaron una boleta para colaboradores (cuestionario de comunicación interna). Por otro lado, concluyeron que la comunicación interna es un factor que favorece tanto al clima laboral en la organización, para el logro de los objetivos que se plantea en cada uno de los colaboradores dentro de la organización, para evitar factores que intervengan en el resultado. Entonces, se recomienda brindar adecuadas herramientas entorno a la comunicación y así favorecer el óptimo desarrollo de los colaboradores en la organización.

Balarezo (2014) presentó su tesis titulada *“La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive”, en la ciudad de Ambato, Ecuador,* considerando el objetivo de estudiar la incidencia deficiente de comunicación organizacional interna sobre el desarrollo de la empresa San Miguel Drive. Asimismo, se empleó la metodología de tipo cuali - cuantitativa, con un nivel y tipo exploratorio, descriptivo y correlacional a lo largo de la investigación, utilizaron una encuesta – cuestionario de comunicación organizacional interna en la empresa San Miguel Drive. Para concluir, se percibía falencias involucrando directamente a las diferentes coordinaciones en la organización, donde la comunicación organizacional interna es un factor importante dentro de las organizaciones. Finalmente, se recomienda corregir las falencias en torno a la comunicación organizacional interna, generando estrategias que fortalezcan al crecimiento de la organización.

González (2014) autor de la tesis titulada *“Comunicación efectiva factor determinante en el desempeño laboral del personal de la dirección de recursos humanos de la policía del Estado Carabobo.” de la Universidad de Carabobo, Ecuador.* Sostiene como objetivo principal el analizar la comunicación efectiva como factor determinante en el desempeño laboral del personal de la Dirección de Recursos Humanos de la Policía de Carabobo. En la investigación usaron el tipo de metodología cuantitativa, de tipo descriptivo, se utilizó una muestra de 20 colaboradores de la Dirección de Recursos Humanos de la Policía del Estado Carabobo. Utilizaron el cuestionario elaborado de comunicación efectiva. Por

consiguiente, señalaron como conclusión mediante la encuesta se encontraron deficiencia de comunicación dentro del cuerpo policial, lo conveniente es gestionar adecuados canales de comunicación organizacional interna que permita un mejor desarrollo de los colaboradores en la organización. La validez se determinó mediante la V. de Aiken por medio del juicio de expertos.

Antecedentes Nacionales

Infanzón (2017) presentó su tesis de pregrado titulada *“Percepción sobre la comunicación interna en la Empresa Minera G&M Madre de Dios – Huepetue. Juliaca, Puno*, plantearon el siguiente objetivo describir cuál es la percepción sobre la comunicación interna descendente respecto al desempeño laboral, en la Empresa Minera G&M Madre de Dios - Huepetue. Juliaca, Puno. En la metodología de investigación, se usó un diseño de investigación no experimental y transeccional, de tipo descriptiva. Para esta investigación utilizaron una muestra de 100 colaboradores. Realizaron una creación psicométrica de un cuestionario de percepción sobre la comunicación interna, para ello llegaron a las siguientes conclusiones, de manera positiva hallaron resultados favorables a un 50% que perciben de manera adecuada la comunicación entre los colaboradores y altos mandos. En tanto, se recomendó iniciar un plan de mejora que permita el mejor desarrollo de los colaboradores dentro de la organización para optimizar resultados. En los resultados de aplicación del SPSS, el valor de Alfa de Cronbach resulta ser $\alpha=0,981$, la validez se determinó mediante la V. de Aiken por medio del juicio de expertos.

Quiroz (2017) presentó su tesis de magister titulada *“Estilos de liderazgo y comunicación organizacional en los trabajadores de Hidrandina S.A., Chepén, La Libertad*, desarrollan el siguiente objetivo principal el determinar la relación que existe entre los estilos de liderazgo y la comunicación organizacional en los trabajadores de Hidrandina S.A., Chepen, La Libertad. En cuanto a la metodología se empleó la investigación hipotética – deductiva, tipo básica, con el enfoque cuantitativo, estudio descriptivo correlacional y diseño de investigación no experimental de tipo transversal. Las muestras utilizadas fueron 60 colaboradores de la empresa. El cuestionario a utilizar fue una adaptación de Vargas sobre comunicación organizacional. En tanto, como conclusiones de tipo estadísticos fueron que si existía una correlación alta entre los estilos de liderazgo y la comunicación organizacional. Para culminar se recomienda implementar un plan integral en el cual se desarrolle las necesidades principales de los colaboradores entorno sobre la comunicación

organizacional y que sea efectiva, la cual permitirá a la organización potenciar en los diferentes niveles de comunicación organizacional. En tanto, al aplicar el SPSS, el valor de Alfa de Cronbach resulta ser $\alpha=0,920$, por la cual la validez se determinó por V. de Aiken mediante del juicio de expertos.

Roncal y Zelada (2017) realizaron un estudio titulado *“la comunicación interna y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa gap de Trujillo”*, el objetivo planteado en la investigación fue determinar cómo incide la comunicación interna en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Gerencia de Avance Profesional de la ciudad de Trujillo. La metodología de diseño utilizada fue de tipo no experimental correlacional de corte transversal. Para la investigación se creó el cuestionario de comunicación interna organizacional. Utilizaron una muestra de 35 colaboradores. A modo de conclusión, llegaron que los niveles de comunicación interna de los colaboradores de dicha empresa estadísticamente presentan un nivel medio al 54.3 %. Sin embargo, la comunicación interna es un factor de influencia significativa en el desempeño laboral. Entonces, se recomendó fortalecer la comunicación interna de la organización a un correcto clima donde se desarrolle la integración individual y grupal, para el logro de exitosos objetivos mediante la motivación y reconocimientos a los colaboradores. Para evaluar la comunicación interna, se utilizó el coeficiente “rp” de Pearson en las preguntas del cuestionario de medición, donde resultó un $rp = 0.922$ ($rp > 0.70$) y para calcular la confiabilidad de los instrumentos, mediante el coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach de $\alpha = 0.951$ ($\alpha > 0.70$) para determinar la comunicación interna.

Bendezú (2016) realizó una investigación titulada *“La comunicación interna y su incidencia en el fortalecimiento de la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de la Perla, Callao”*, el objetivo principal es analizar la relación entre la comunicación interna y la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de la Perla, Callao. Para esta investigación utilizaron la metodología con un diseño de investigación de corte transversal, de tipo correlacional. Se utilizó, la escala de creación de comunicación interna. Se utilizó una muestra de 595 colaboradores. Las conclusiones se analizaron que existía una relación entre de comunicación interna y la identidad corporativa se demostró una correlación adecuada y significativa que manifestaron los colaboradores dentro de la empresa. En tanto, se recomendó realizar un diseño anual de comunicación interna organización, ya que, permitirá un mejor desempeño dentro de la organización con

criterios y objetivos más claros. La confiabilidad global del instrumento fue determinada mediante el Alfa de Cronbach, después de la aplicación de una prueba piloto aplicada a veinte trabajadores de la Municipalidad de la Perla. Se llevó a cabo los cálculos respectivos, donde se obtuvo un coeficiente de correlación superior a 0.90. También la validez se determinó por V. de Aiken mediante por el juicio de expertos.

Siccha (2016) desarrolló la tesis de pregrado titulada *“La comunicación organizacional interna en la Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera – Trujillo, La Libertad*, con el objetivo principal es *determinar la percepción de los colaboradores respecto a la comunicación organizacional interna en la Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera – Trujillo, La Libertad*. En cuanto a la metodología el tipo de investigación descriptiva, con un diseño de investigación no experimental. Utilizaron un cuestionario adaptado de investigación de percepción del papel que juega la comunicación asertiva interna organizacional entre la jefatura y colaborador. El investigador pudo concluir, que la percepción sobre las dimensiones de comunicación organizacional interna, generando una adecuada información desde los jefes a los colaboradores, en segundo lugar, el proceso de comunicación asertiva en las relaciones de jefes y colaboradores de manera regular. Para finalizar se recomendó, crear una página web para activar el trabajo junto a la motivación en torno a la comunicación organizacional entre las diferentes áreas de la empresa. Para verificar el grado de confiabilidad del instrumento se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach. La muestra piloto fue a 30 colaboradores. El grado de confiabilidad es de 0.95

López (2015) en su investigación de tesis de pregrado titulada *“La comunicación organizacional como ventaja competitiva en la municipalidad provincial de Andahuaylas, Apurímac*, diseñaron el principal objetivo el argumentar la comunicación organizacional como ventaja competitiva en la Municipalidad Provincial de Andahuaylas, emplearon la siguiente metodología de investigación cuantitativa, no experimental de diseño descriptivo. Se utilizó una muestra de 245 personas. Utilizaron lo siguiente una encuesta realizada de comunicación organizacional. A modo de conclusión se obtuvo un porcentaje elevado entorno a lo manifestado por los colaboradores de que existen falencias débiles de comunicación organizacional. Se sugirió referente a la investigación, el considera sugerencias por parte de los colaboradores para un mejor desarrollo de la organización y cumplir metas y objetivos. En tanto, la confiabilidad del cuestionario se realizó con la prueba del coeficiente “a” (alfa) de consistencia interna de Cronbach. En general el

resultado de fiabilidad del instrumento según Alfa de Cronbach arrojó un valor de 0,803. La validación, se revisó mediante el juicio de expertos para ver si el instrumento utilizado está de acuerdo a la investigación que se está realizando y se utilizó la V. de Aiken.

1.3 Teorías relacionada al tema

Comportamiento organizacional

Definición de comportamiento organizacional

A continuación, se describirá el marco teórico referente a la construcción de la escala de comunicación organizacional interna, iniciando a definir la variable comportamiento con diversos conceptos de diferentes autores, que mencionan lo siguiente:

El comportamiento organizacional analiza los factores que intervienen o causen sobre el desempeño a nivel de individuo, grupo y organización, como el comportamiento busca entender la orientación de los colaboradores con el puesto dentro de la organización. (Judge y Robbins, 2009, p. 10).

El comportamiento organizacional, es emplear los conocimientos a través de los niveles individuales y grupales, trabajan dentro de las organizaciones (Newstrom, 2011, p. 3).

El comportamiento organizacional permite conocer una amplia gama de herramientas que permitan visualizar a los colaboradores dentro de la organización, mediante la observación y comprender la dificultad de la forma de interactuar de los colaboradores en diferentes niveles dentro de la organización. En tanto, el comportamiento organizacional busca encontrar las falencias dentro de la organización en sus diferentes niveles de jerarquía, para lograr alianzas grupales dentro de una misma área u organización (Newstrom, 2011, p. 3).

Disciplinas que intervienen en el campo del comportamiento organizacional

Dentro del comportamiento organizacional, se encuentran incluidas áreas de la psicología como: la psicología, psicología social, sociología y antropología. Detallando el aporte dentro del comportamiento organizacional (Judge y Robbins, 2009, p. 13).

La psicología busca explicar los comportamientos de los colaboradores dentro de las organizaciones o equipos de trabajo. Esto repercute de manera significativa y positiva en los psicólogos organizacionales o industriales (Judge y Robbins, 2009, p. 13).

La psicología social utiliza teorías de sociología empleados por los psicólogos sociales, en búsqueda de grandes cambios y mejoras a nivel social, busca identificar actitudes y modificar para realizar de manera adecuada sus trabajos donde interviene la comunicación con un factor que brinda seguridad para la correcta contribución al comportamiento organizacional (Judge y Robbins, 2009, p. 14).

La sociología estudia a los colaboradores en relación a su medio social y cultural, lo más resaltante de la contribución del estudio sociológico son las investigaciones de cultura organizacional, comunicación, estructura y tecnología organizacional (Judge y Robbins, 2009, p. 15).

Al estudiar principalmente el comportamiento general del ser humano donde implica su total desarrollo en su vida diaria, hablamos de la antropología. Ya que de alguna manera nos da a entender y comprender las formas que utilizan los seres humanos dentro de su cultura social y organizacional (Judge y Robbins, 2009, p. 15).

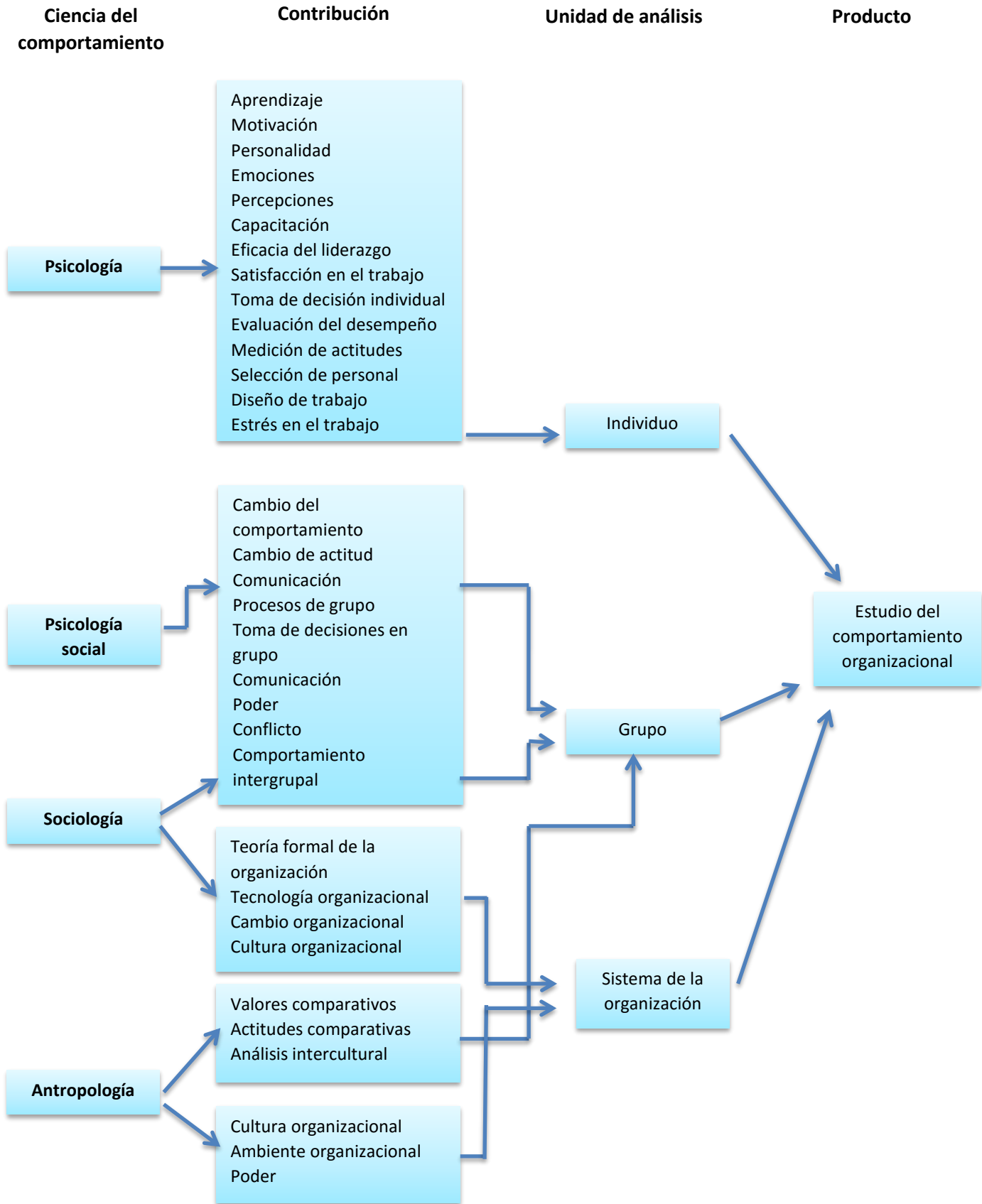


Figura. 1. Disciplinas del Comportamiento Organizacional. Judge y Robbins (2009).

Desarrollo de un modelo de comportamiento organizacional

El autor detalla un modelo que permita entender cómo funciona el comportamiento organizacional en los diferentes niveles, e identificar lo que por hoy conocemos en los niveles individuales, organizacionales y grupales. Ya que, la unificación de los diferentes niveles permitirá lograr un gran incremento a nivel organizacional, sin dejar de lado la importancia del desarrollo del colaborador dentro de la organización, se busca unificar constantemente las diferentes etapas para un mayor crecimiento (Judge y Robbins, 2009, p. 26)

El autor propone como primera etapa las variables dependientes:

Las variables dependientes

Es la llave importante que nos detallará si existirá una afectación entre un factor y otro. Son variables que lamentablemente no son controladas de manera apropiada por la organización. (Judge y Robbins, 2009, p. 26).

La productividad busca alcanzar sus objetivos, reduciendo costos a nivel de la organización con el fin de lograr resultados eficientes (Judge y Robbins, 2009, p. 27).

El ausentismo es una de las variables que se da continuamente a las faltas o retiros repentinos de los colaboradores de la organización, ya que esto afecta al desarrollo adecuado de las metas diarias y objetivos (Judge y Robbins, 2009, p. 28).

La rotación del personal, se da de manera voluntaria o involuntaria, ya que, si juega en contra de las metas diarias, ya sea en puestos bajos, mandos medios y altos, es una de las variables que desafortunadamente desequilibrará a la organización (Judge y Robbins, 2009, p. 29).

En esta variable conducta se dividen la norma de comportamiento del trabajo nos fijamos detenidamente la implicancia de las conductas negativas o incorrectas que conllevan a desafortunados sucesos que desencadenarán la falta total de comprensión por parte de los colaboradores. Si los altos mandos no entienden las conductas de sus colaboradores, nadie más encontrará una adecuada solución (Judge y Robbins, 2009, p. 29).

La variable de comportamiento ciudadano organizacional (CCO), busca el mejor desarrollo de sus colaboradores dentro de las organizaciones desarrollando sus habilidades blandas, para el logro eficaz a modo de desempeño (Judge y Robbins, 2009, p. 30).

La variable satisfacción en el trabajo a nivel de organización y diversas áreas de la empresa, en tanto, podemos decir que viene hacer una actitud dentro de la organización más que una variable, sin embargo, actualmente es un variable que implica el correcto desempeño tanto del colaborador como organización (Judge y Robbins, 2009, p. 31).

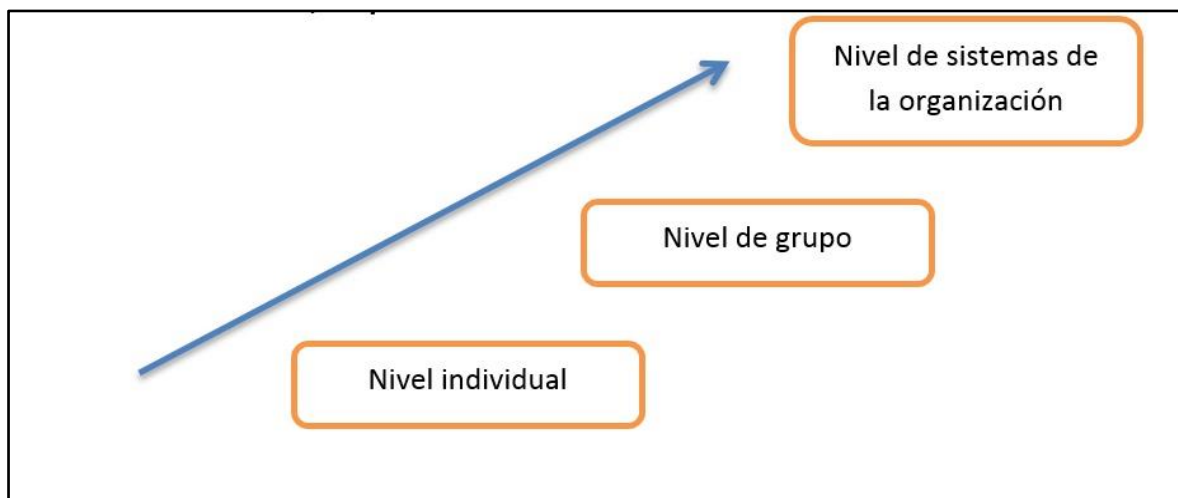


Figura. 2. Modelo básico del Comportamiento Organizacional – Etapa I. Judge y Robbins (2009).

En la segunda etapa el autor, describe lo siguiente:

Las variables independientes

Es el primer pilar del modelo de comportamiento organizacional que nos llevara a comprender el comportamiento humano individual en las organizaciones (Judge y Robbins, 2009, p. 31).

A nivel individual los altos mandos trabajan y se relacionan con personal con suma experiencia en sus rubros, para buscar la mejora continua diaria (Judge y Robbins, 2009, p. 32).

En tanto a nivel grupal, la diferencia que se puede apreciar en los integrantes del grupo actúa de manera individual o tal vez grupal, ya que nunca se logra la cohesión grupal, en

cambio se obtiene un mejor desarrollo a nivel individual, ya que muestran sus habilidades. No siempre es adecuado ver a un grupo de personas trabajar en grupo que trabajar a solas. Sin embargo, existen variables que intervienen en este proceso (Judge y Robbins, 2009, p. 32).

Dicha variable a nivel del sistema de la organización se resalta los resultados positivos en los diferentes niveles, ya que se busca un óptimo desarrollo a nivel individual y grupal, ya que beneficiaría a los miembros de la organización (Judge y Robbins, 2009, p. 32).

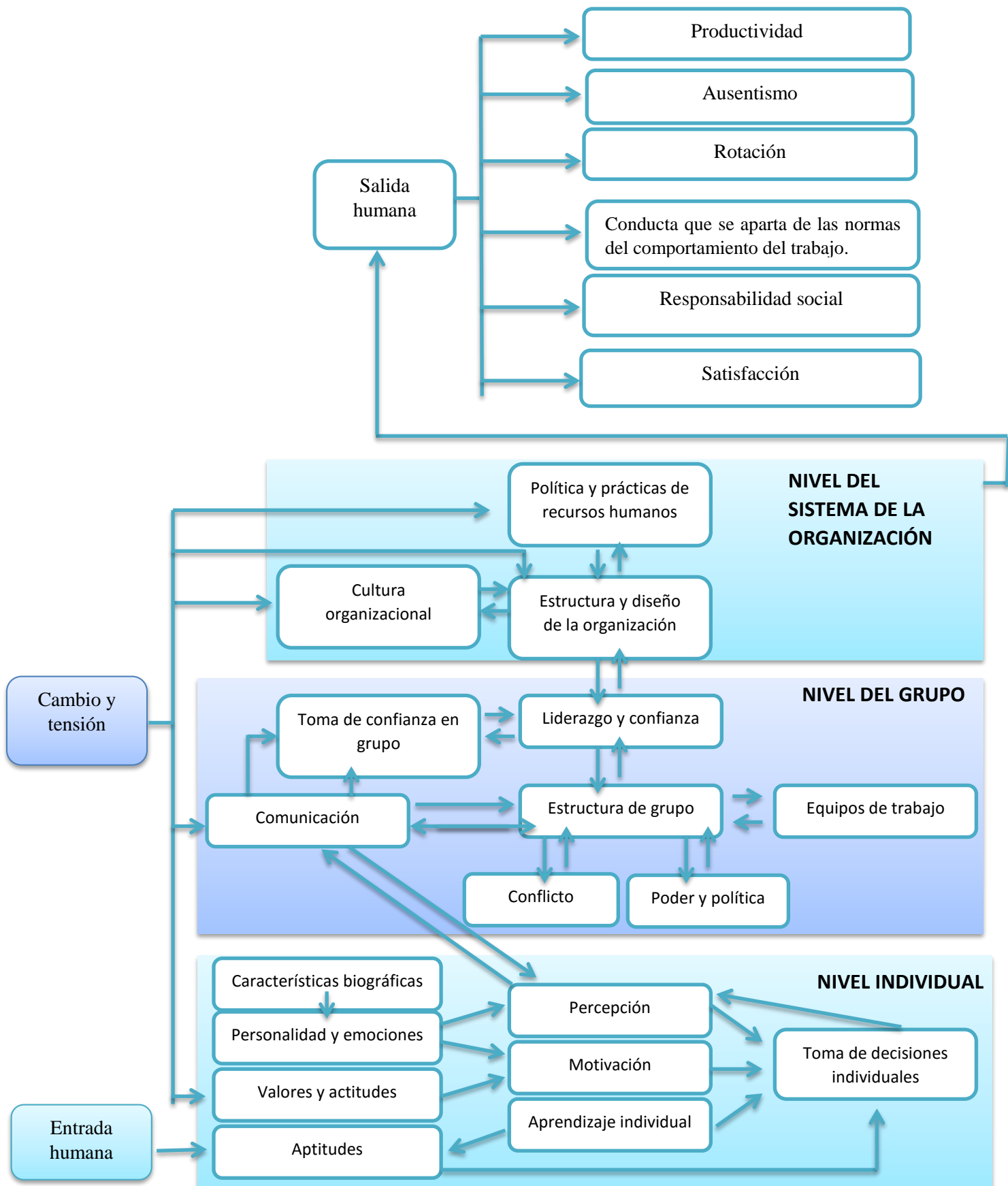


Figura. 3. Modelo básico del Comportamiento Organizacional – Etapa II. Judge y Robbins (2009).

1.3.1 Teoría referente a la variable

Comunicación organizacional

La comunicación organizacional, busca implementar en las organizaciones la comunicación que se da en diferentes niveles jerárquicos en toda la organización, deberá ser fluida (Castro, 2013, p.5).

La comunicación organizacional lo que busca es estudiar el comportamiento humano en el desarrollo de la comunicación como un todo en las organizaciones ya que esto permitirá, una mejor distinción en las diferentes áreas de la organización (Andrade, 2005, p.16).

La comunicación organizacional tiene un abanico completo y complejo que afecta directamente a la organización, sin embargo, esto detalla sin números de medios que involucren a la comunicación como el todo en el proceso de las organizaciones, ya que esto da como resultado el involucramiento de las personas y sus características. (Pablo de la Torriente, Editorial., s.f, p. 18).

Tipos de comunicación organizacional

Comunicación externa

La imagen que debe mostrar la empresa de manera atractiva es importante ya que, de ahí emana la comunicación externa como institución, por ende, esto permitirá de manera intencional o espontanea el crecimiento de la misma. Ya que esto permitirá generar adecuada presencia ante el público externo e interno (Chaves, 2010, p. 26).

La comunicación externa se ejecuta busca permitir la integración de la organización y la relación tanto con los miembros externos. Ya que esto permite transportar los mensajes entre la organización y con los futuros socios o clientes externos. Dichos mensajes de alguna u otra manera influyen de modo representativo como un medio de relación de la organización (Kreps 1990, pp. 22-25).

En tanto la comunicación externa es un todo de comunicaciones desde la organización al cliente externo, para la mejora de sus socios que favorezcan significativamente a la organización como un referente a nivel de imagen y a la comercialización o venta de las

bondades ofrecidas dentro de la organización. En términos es el marketing de las organizaciones (Andrade, 2005, pp.16-17).

Comunicación interna

La comunicación interna es uno de los procesos que ocurren de manera natural o sin ninguna intención alguna, es la forma de relación entre los colaboradores y las áreas dentro de la organización. La comunicación busca afianzar las relaciones en conjunto con la coordinación en los diferentes niveles de comunicación organizacional interna, lo esencial de este proceso buscara la integración y unificación de la organización como un todo. Para finalizar los indicadores organizacionales busca optimizar las fases internas de una adecuada presentación en diferentes niveles (Fernández, 2010, p. 93).

La comunicación interna es un todo que debe efectuarse en la organización, ya que esto permitirá alianzas positivas y relaciones adecuadas entre los miembros de la organización, en los diferentes medios o accesos que permitan la información adecuada sobre el uso adecuado de la comunicación sin influir en el buen desarrollo de las actividades para el logro de sus objetivos. Andrade (2005, pp.16-17)

La comunicación interna es una herramienta de gestión organizacional, ya que busca la mejora de la organización en diferentes variables dentro de la misma, tales como: el clima, el compromiso, la productividad y la motivación laboral. Dado que, buscará el logro de un mejor desarrollo organizacional si se lleva de manera adecuada un manejo de la comunicación organizacional dentro de las empresas. Esto permitiría, un mejor y mayor crecimiento como organización mediante el compromiso con un fin en común y en conjunto con los colaboradores y clientes externos, dándonos resultados efectivos en la productividad, el cumplimiento de objetivos e indicadores, la mejora del clima de trabajo (Brandolini, González Frígoli y Hopkins, 2009, p.24).

La comunicación interna si bien es cierto necesita la sincronización con la comunicación externa para un objetivo en común, la única diferencia que existe, la comunicación interna se enfoca en los colaboradores de su organización en sus diferentes áreas de la empresa (Andrade, 2005, pp.16-17).

Tipos de comunicación interna

Formal

La comunicación formal son las acciones que se dan dentro de fuentes oficiales en la organización (Andrade, 2005, p.19).

Informal

La comunicación informal se enfoca en utilizar, más la forma de comunicarse entre los colaboradores, es decir cómo se relacionan en la organización (Andrade, 2005, p.19).

Dimensiones de comunicación organizacional interna

Aquí describiremos las diversas definiciones de diferentes autores que explican las características de cada dimensión:

Andrade (2005, p.18) divide en 4 dimensiones la variable comunicación interna:

La comunicación vertical se lleva a cabo en los diferentes niveles de jerarquía de la organización.

La comunicación ascendente es la que transmite la información desde el nivel de jerarquía más bajo hacia un nivel superior.

La comunicación descendente se efectúa del nivel más alto de jerarquía al más bajo.

La comunicación horizontal, es efectuada mediante los mismos colaboradores de una misma área en la organización.

La comunicación diagonal se realiza entre los colaboradores de diferentes áreas dentro de la organización.

Newstrom (2011, pp. 59-65) divide en 4 dimensiones la variable comunicación interna:

La comunicación descendente es uno de los flujos de comunicación que se efectúa desde el nivel superior a nivel inferior.

De tal manera que en la siguiente dimensión se explica que la comunicación ascendente en donde los altos mandos pierden la conexión de la comunicación, es parte fundamental la cohesión de estas partes para el entendimiento de las necesidades de los colaboradores.

En esta dimensión el autor define la comunicación lateral, es el cruce de niveles jerárquicos para el logro de objetivos e indicadores organizaciones, para fines compartidos en la organización.

Fernández (2010, p. 93) describe la comunicación interna organización en flujos de la comunicación interna organizacional, ya que, a partir de estas definiciones, clasifica 4 dimensiones las cuales define así: descendente, ascendente, diagonal y horizontal. Esto permitirá el mejor desarrollo e involucramiento de todos colaboradores como un todo a medida que crean alianzas adecuadas para la cohesión adecuada dentro de la organización.

Cabe mencionar que Fernández (2010, p. 93) divide en 4 dimensiones:

La comunicación descendente, es el proceso que permite identificar las políticas y objetivos para el adecuado desarrollo dentro de las organizaciones.

La comunicación ascendente se diferencia de la descendente, ya que es la comunicación efectuada desde los colaboradores hacia los altos mandos de la organización, permitirá la adecuada realización de sus tareas e incentivarlos a la creación de ideas innovadoras con beneficios adecuados en la organización.

La comunicación horizontal, se establece mediante los colaboradores o integrantes que pertenezcan a una misma área de trabajo.

En esta dimensión de la comunicación oblicua se realiza entre colaboradores o jefes de diversas áreas para las adecuadas gestiones en beneficio de la organización, para generar buenas emisiones de los mensajes de comunicación.

En tanto, Castro (2014, pp.6-8) explica la comunicación formal de las organizaciones, clasificándolas con mayor relevancia en 4 dimensiones de la comunicación interna.

La comunicación descendente, explica el proceso que se efectúa desde la alta dirección hacia los empleados, en tanto la cohesión de las políticas de la empresa para el adecuado desarrollo de los colaboradores de la empresa con un objetivo en común, sin embargo, siempre se cuestiona que los jefes no tienen la mínima idea de lo que pueda suceder como áreas dentro de la organización.

La comunicación ascendente va más direccionada desde los altos mandos de la empresa, cabe resaltar lo importante que ellos conozcan la visión dentro de su propia organización hacia sus colaboradores de las diferentes áreas de la organización.

La comunicación horizontal se define como la comunicación que se efectúa dentro de los colaboradores dentro de una área o departamento, esto permitirá la adecuada cohesión grupal para el correcto desempeño y logro de los objetos en torno a las funciones que se adjudique a los colaboradores.

La comunicación diagonal se refiere al tipo de comunicación donde se realiza entre diferentes áreas, donde se permitirá la mejor alianza a nivel de organización o como empresa. Para el logro del correcto funcionar de la comunicación sin ningún efecto negativo.

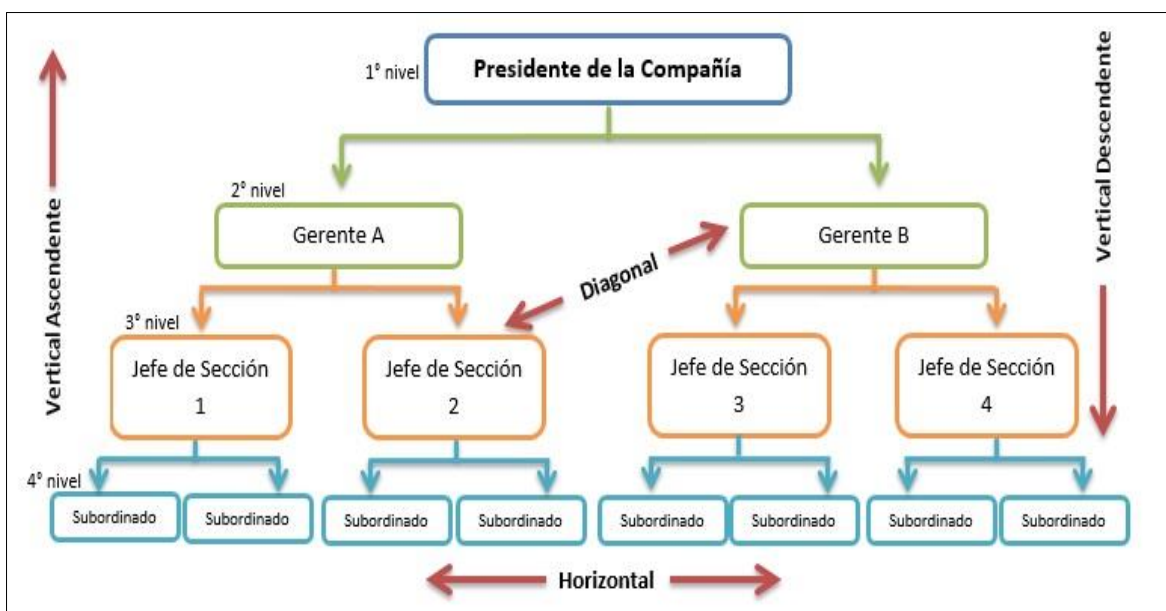


Figura. 4. Proceso de la comunicación organizacional formal. Castro (2014).

Modelo teórico

Para esta investigación emplearé la teoría propuesta por Arizcuren (2008, pp.19-24) afirma y define la comunicación en cuatro niveles:

La comunicación interna es un conjunto de características que determinan la relación entre los colaboradores y grupos dentro de la organización, la cual se puede dar de manera natural o intencionada. Debe incluir a todos los componentes de la organización por tanto debe ser de corte transversal.

La comunicación descendente se efectúa desde los altos mandos a los demás miembros de la organización, ya que la adecuada cohesión permitirá un grato ambiente y así se generará confianza y respeto en la organización.

La comunicación ascendente se define como los colaboradores o mandos bajos transmitan dicha comunicación de manera oportuna a los altos mandos. Es una de las formas de mantener a flote una organización, en tanto este permitirá la adecuada retroalimentación o dificultades que se presenten en los colaboradores para mejorar los indicadores organizacionales para un mejor resultado.

La comunicación horizontal es aquella que se realiza entre los colaboradores de una misma área, ya que esta dimensión permitirá una mayor apertura de adecuados mensajes y cohesión de equipo de áreas, ya que se creará un ambiente adecuado para la realización del trabajo en equipo de manera positiva.

La comunicación transversal se deriva del proceso de comunicación que se realiza en diferentes niveles o áreas en la organización, ya que no implica tener las mismas responsabilidades, por lo cual esto genera alianzas estratégicas y capacidades de integración a niveles profesionales con diferentes tareas o responsabilidades.

1.3.2 Teorías de psicometría

Construcción psicométrica

Proceso de construcción de una prueba psicométrica

Para realizar una prueba psicométrica, lo primero es tener un conocimiento vasto sobre la variable psicológica a evaluar y se debe seguir ciertos parámetros para garantizar un óptimo resultado, para esto Fernández, Cayssials y Pérez (2009, pp. 143-166), consideran dos fases; en la primera fase se muestra el diseño integrado por las fases iniciales y en una segunda fase se da las bases del desarrollo del instrumento. A continuación se muestra las etapas de la primera fase:

Etapas 1. Defina el propósito de la técnica: Aquí hay dos propósitos para los constructores; primero, para ver si la prueba a desarrollar satisface una necesidad específica en un campo particular de aplicación, y la segunda es para ver si los investigadores están dentro del marco del desarrollo teórico. Además, es necesario saber el objetivo de la prueba y profundizar el marco teórico, la definición de la variable que fundamenta su construcción.

Etapas 2. Marco teórico. Definición del constructo: En esta etapa, todos los conceptos deben definirse y las relaciones lógicas que tienen en una corriente teórica o psicológica más amplia. Por lo tanto, el constructor debe tener en cuenta la representación teórica del constructo que está destinado a ser evaluado.

Etapas 3. Aspecto de diseño preliminar: el objetivo es especificar las principales limitaciones con las que operará el instrumento que debe funcionar el instrumento (tiempo de administración, material, características de la población a la que se dirige la prueba, etc.)

En una segunda fase se centra en la construcción del instrumento para lo cual constituyen las siguientes etapas:

Etapas 4. Preparación y análisis de ítems: Lo primero que se debe realizar en esta etapa es definir operacionalmente el constructo que se busca medir, luego identificar los indicadores, para después crear los reactivos o ítems vinculados al constructo estudiado. Asimismo dentro de esta etapa se considera la consigna y formato de respuesta, estudio pre-piloto y evaluación de la misma, a través de los resultados, para finalmente poder realizar la construcción definitiva del instrumento.

Etapa 5. Estudio de calidad psicométrica: Se analiza la confiabilidad y validez del instrumento utilizando las mejores técnicas para recopilar lo mencionado anteriormente. También en esta etapa se considera la adaptación de los test, de modo que se hace una "adaptación" a través de la adaptación de una técnica desde un punto de vista a considerar otra cultura, y un ajuste se hace para ello. A una tecnología desde un punto de vista de otra realidad cultural, y se hace una adaptación a ella.

Etapa 6. Normas: Las normas se realizan en base a los baremos que se construyan a través del análisis que requiera el instrumento.

Etapa 7. Publicación: Finalmente se publicará el instrumento creado con la finalidad de contribuir a la sociedad y proporcionar una base para futuras investigaciones.

Ítems diseñados en función a escala

Son aquellos que se desarrollan a través de preguntas que permiten medir la intensidad o el grado de sentimientos o actitudes; son comúnmente conocidas como escalas de medida de actitud, que tenemos en la escala Likert como el más utilizado y conocido (Bernal, 2010, p.254).

Escalas de medición

En las escalas de medida consideradas por la estadística, las puntuaciones se atribuyen a las variables que necesitan ser medidas. Entre las variables que se aplican a la rama de la psicología son a menudo consideradas las escalas de Nominal, Ordinal y en algunos casos de Intervalo; así desplazándose a la escala de la razón, ya que es tan exacta la manipulación y es usada por las ciencias matemáticas y no sociales.

Según Stevens (1960, p.92) las escalas de medición se clasifican en cuatro, y son las siguientes:

- **Escala nominal:** En esta escala, no se establece un cierto orden, todos los datos se proporcionan de forma horizontal y, a menudo, se encuentran en esta escala los datos demográficos y las escalas de medición con respuestas dicotómicas.
- **Escala ordinal:** Para esta escala, hay un orden específico y también sigue ciertas reglas para ver si un objeto es mayor o menor que un determinado atributo.

- **Escala de intervalo:** Esta escala mide las variables de una manera más numérica, ya que las distancias se establecen de un dato a otro, la presencia de 0 no significa que el significado carece de algo, sino que tiene su propia interpretación. Esta escala también contiene operaciones que definen una unidad de medida como mayor que, igual o menor que.
- **Escala de razón:** Aquí el cero racional se presenta, lo que significa como ausencia de la característica que se está midiendo, es una escala que se une a las ciencias exactas como las matemáticas.

Escala tipo Likert

Es un modelo que fue diseñado por Rensis Likert en la década de 1930, aunque todavía se aplica en la actualidad; Este modelo consiste en presentar una serie de enunciados en forma de afirmaciones o juicios en las que la persona tiene que elegir una de las cinco opciones, que tienen asignaciones numéricas que valoran el valor total. (Palella y Martins, 2012, p.153).

El modelo Likert es uno de los modelos más usados, ya que solo es la sumatoria de las respuestas de los individuos para definir las características psicológicas que desea evaluar. Las puntuaciones obtenidas de cada sujeto a cada una de las respuestas de los ítems, dando el valor correspondiente a cada ítem, las facilidades de construcción nos permiten obtener la fiabilidad individual de cada ítem para un efecto significativo (Barbero, Vila y Holgado, 2015, p.119).

La construcción de la escala tipo Likert consiste en primera instancia formular y pensar en una serie de proposiciones, luego se someten a la aplicación en un determinado grupo para eliminar los reactivos inadecuados (Sierra, 2001, p.379).

Esta escala se utiliza como una herramienta para medir actitudes, por lo tanto, se encuentra en contextos sociales donde tienen un desempeño reconocido. Considera alternativas múltiples que van por grados según las alternativas que haya considerado el investigador mostrando así un orden jerárquico en su puntuación desde un punto más bajo hacia otro más alto. De acuerdo con lo que se considera para medir e ir con los objetivos de la investigación, dicha escala constituye tres formas, que son descriptivas, por ejemplo. De acuerdo, indiferente, en desacuerdo; las numéricas; y las gráficas. (Sánchez, Aguilera y Castillo, 2011, párr. 13 - 15).

Definición de psicometría

La psicometría es una parte de la psicología, busca mediante sus diversas teorías explicar el uso adecuado y desarrollo de los test, ya que es un medio para entender el comportamiento de los seres humanos en el desarrollo profesional. (Meneses, Barrios, Cosculluela, Lozano, Turbany y Valero, 2013, p.38).

Lo que se busca lograr en psicometría son aportaciones de test, cuestionarios e instrumentos que se puedan utilizar para la realización de diversas variables psicológicas (Aliaga, 2006, p.2).

Teoría clásica de los test

Para nuestra investigación nos hemos basado en la teoría clásica de los test, la cual busca encontrar un respaldo teórico válido, que explique y sostenga la teoría de la variable a estudiar, continuando con la construcción de ítems y luego realizar la aplicación a la población determinada, por consiguiente, nos permitirá enlazar las repuestas de la teoría principal. Lo primordial es establecer la puntuación general para que nos permita la suma total de la prueba. (Martínez, Hernández y Hernández, 2014, p.37). Considerando que la teoría Clásica de los test es el más actual y utilizado en los procesos para la construcción y análisis de pruebas psicométricas.

En tanto el autor va a definir el modelo que vincule a esta teoría, ya que se definirá desde las respuestas brindadas en cada ítem (Martínez, Hernández y Hernández, 2014, p.37).

La formulación de puntuación en relación se mostrará a continuación:

$$X_i = V_i + E_i$$

La teoría clásica, según la disciplina de la psicología, se basa en la observación directa mediante una calificación con un porcentaje de error (Matalinares, Muratta, y Pareja, 2012, p.60).

Es una teoría basada en el modelo lineal clásico de Spearman, articula tres conceptos: la puntuación verdadera, la puntuación empírica y el error de medida; siendo la primera el valor esperado, la segunda como el valor obtenido y la tercera como la discrepancia entre ambas puntuaciones (Meneses et al., 2013, p.51). Es decir, Spearman propone que la puntuación empírica (X), es igual a la puntuación verdadera (V) más el error (e), explicándolo con la siguiente fórmula: $X = V + e$ (Muñiz, 2010, p.60).

Muñiz (2010, pp. 60-61) menciona que el modelo lineal clásico de Spearman se basa en tres supuestos principales:

- a) El primer supuesto explica que es necesario definir el punto verdadero (V) como la expectativa matemática del resultado empírico. En otras palabras, este supuesto sugiere que si la prueba es aplicada infinitas veces a una persona, es probable que obtenga la puntuación real.
- b) El segundo supuesto establece que no hay conexión entre las unidades para los puntos verdaderos de los individuos y el tamaño de los errores que afectan estos puntos.
- c) El tercer supuesto presupone que los errores de medición en los sujetos en una prueba no están relacionados con los errores de medición en otra prueba. En otras palabras, no debe considerarse que los errores que se pueden cometer en una oportunidad necesariamente vayan de manera sistemática en otras ocasiones.

Teoría de respuesta al ítem

El autor describe esta teoría desde la existencia de rasgos de personalidad que buscan demostrar la conducta de los evaluados frente a cada ítem. Se ve más allá de la conducta comportamental en todos sus niveles, ya que se observa de manera directa (Martínez, Hernández y Hernández, 2014, p.124-125).

Tabla 1.

Diferencias entre la TCT y TRI

Características	Teoría Clásica De Los Test	Teoría De La Respuesta Al Ítem
Modelo	Lineal	No lineal
Nivel de análisis	Test	Ítem
Relaciones ítem/rasgo	No especificadas	Función características ítem
Supuestos	Débiles y fáciles de cumplir	Fuertes y difíciles de cumplir
Invariancia de estadísticos	No, dependientes muestra	Si, si el modelo se ajusta
Estadísticos del ítem	$P_i R_{bp} R_b$	a, b, c según modelos y funciones de información.
Tamaño muestral para la calibración	200 – 500	Depende del modelo y procedimientos de estimación.
Estadísticos del test	$R_{xx} S_e$	Función de información error típico.

Fuente: Martínez, Hernández y Hernández (2014).

Teoría de la generalizabilidad

Considerada como la teoría clásica de los tests, analizar las diferencias en las mediciones, como los calificadores, los ítems, los sujetos examinados en ocasiones distintas pueden afectar el grado de confianza de se tiene en las inferencias basadas en las puntuaciones (Martínez et al., 2014, p.101)

Aspectos psicométricos

Validez

Anteriormente por los años 30 se hablaba de indicios de los primeros conceptos de validez, en el auge del desarrollo de dos enfoques psicológicos, ya que todo término era extraído objetivamente y no científicamente (Martínez, Hernández y Hernández, 2014, p. 221).

La validez de un test es la estimación determinada por la aplicación a un grupo de personas elegidas, en un mismo espacio geográfico determinado (Matalinares, Muratta y Pareja, 2012, p.139).

Bernal (2010, p.247) refiere que la validez se manifiesta siempre y cuando el instrumento de medición mida aquella variable para la cual está destinada a medir.

En tanto, este autor menciona que la validez determina que es lo que busca medir el instrumento propiamente (Argibay, 2006, p. 26).

Tipos de validez

Validez de contenido

La validez de contenido detalla mediante el juicio de una muestra representativa los resultados obtenidos y observados de diversas variables a estudiar en base al diseño de estudio y lo que busca medir (Matalinares, Murattay Pareja, 2012, p.143).

El juicio de expertos es un tipo de validez de contenido el cual es estimada de manera subjetiva o intersubjetiva. Se utiliza para conocer la probabilidad de error en la estructura interna del instrumento y de esa forma, alcanzar estimaciones razonablemente adecuadas. Las estimaciones obtenidas por los jueces deben ser confirmadas o en algunos casos modificadas a lo largo del tiempo (Corral, 2009, p.231).

Mediante este tipo de validez se comprueba si los ítems del test representan adecuadamente a la variable que se evaluará. Esto se realiza a través del juicio de expertos por los que los ítems de la prueba pasarán revisión utilizando el método de juicio. Además, se considera el índice de validez de contenido donde Lawshe en 1975 propuso un índice de valoración basado en el criterio de expertos en la teoría del instrumento.

Pues según indica Aiken (1996), cuando el porcentaje de acuerdo entre los evaluadores es mayor o igual a 0.80, se admiten los reactivos.

Validez predictiva o de criterio

Cabe mencionar que la validez de criterio tiene por finalidad fijar que es lo que mide de manera adecuada la teoría elegida, ver las relaciones en puntajes de los propios instrumentos y ello es determinado criterio (Argibay, 2006, p.27) . Por otra parte, es estudiada a través de la comparación del instrumento con una o más variables externas las cuales son denominadas como variables de criterio.

Para realizar esta validez se necesita de un criterio externo tomando en cuenta otro instrumento que mida lo mismo que se desea medir, esto se hace de manera global. En esta validez encontramos a dos subtipos que son: validez de criterio concurrente y validez de criterio predictiva. (Abad, et al., 2006, p. 61).

Validez de constructo

La validez de constructo se define mediante el instrumento y la teoría elegida, ya que se agrupa con toda evidencia de validez (Matalinares, Muratta y Pareja, 2012, p.158).

La validez de constructo se define por observar y definir compartimentos que se vean reflejados en el test o cuestionario va a equivaler a indicadores adecuados según la teoría elegida (Argibay, 2006, p.28).

Estudio piloto

Es uno de los pasos más importantes en el diseño psicométrico, ya que evalúa el funcionamiento de la prueba y recopila información sobre los métodos de recogida de información, estímulos, materiales y preguntas, validez y confiabilidad, los criterios de los puntos, entre otros; Lo que mejorará los instrumentos para la versión final y definitiva.

Esta aplicación debe estar en una muestra con características similares a la población (Martínez et al., 2014, p.33).

Otro punto importante en la utilización de la prueba piloto es que se utilice grupos pequeños, de esta forma, es posible estimar la confiabilidad del instrumento de medición (Corral, 2009, p.238).

Prueba Binomial

La prueba binomial representa un análisis estadístico destinado a estudiar la probabilidad de obtener X objetos en una categoría particular y n-x en otra (Hoel, 1976). Una vez realizado el cálculo, se analiza la probabilidad de ocurrencia directa, por lo que si el resultado es menor que .05 o .01, se puede decir que el producto tiene una validez de contenido suficiente. (Escrura, 1988, p.107).

Confiabilidad

La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales. (Matalinares, Muratta y Pareja, 2012, p.196).

Tipos de confiabilidad

Confiabilidad Test-retest

Al coeficiente de confiabilidad de un test se le asigna el nombre de “Método test-retest”, el cual consiste en aplicar un determinado test a una misma muestra de individuos en dos oportunidades distintas con el fin de analizar la similitud de sus puntuaciones (Meneses et al., 2013, p.84).

Este es un método temporal de estabilidad, en el que dos aplicaciones del mismo instrumento se realizan para el mismo grupo, pero en momentos diferentes. Sin embargo, hay algunos aspectos a considerar, ya que esto debe ser para medir un constructo estable, el tiempo debe ser considerado de acuerdo con el grupo y no debe ser muy corto o muy largo, considerando el criterio de edad. (Matalinares, Muratta y Pareja, 2012, p.211).

Confiabilidad de formas alternas y formas paralelas

Esta definición toma varios términos "formas alternativas" o "formas paralelas". Lo que se busca es comparar las muestras al mismo nivel de la prueba, son características estadísticas para un balance adecuado entre las estadísticas. (Matalinares, Muratta y Pareja, 2012, p.232)

La confiabilidad de una prueba se conceptualiza a la correlación existente entre los puntos obtenidos por un grupo de sujetos en dos formas paralelas del test (Meneses et al., 2013, p.78).

Para desarrollar esta confiabilidad es necesario aplicar dos pruebas que miden el mismo constructo y que son muy similares, se toman al mismo tiempo, por lo que es indispensable que las versiones de la prueba sean muy similares tanto en contenido como en de correlacionar ambos puntajes (Abad, Garrido, Olea y Ponsoda., 2006, páginas 102-115).

Confiabilidad por dos mitades

El método de las dos mitades representa un procedimiento que proporciona una estimación rápida y económica del cálculo del coeficiente de fiabilidad y su utilidad fue representativa cuando no existían métodos accesibles para el cálculo (Martínez et al., 2014, p.54).

Se refiere a dividir una prueba en dos mitades para analizar el grado de correlación y determinar su consistencia interna. En estos casos, el método de dos mitades tiene una mayor ventaja al requerir una única prueba de aplicación de una muestra de individuos (Meneses et al., 2013, p.85).

Es transversal, se produce en un solo momento, donde se elige la mitad de un instrumento par y se correlaciona con su otra mitad impar para ver si la asociación entre las dos mitades es alta; Esto incluye el método de la mitad dividida de Spearman-Brown, las fórmulas de Kuder Richardson y el coeficiente alfa. (Matalinares, Muratta y Pareja, 2012, p.232)

Consistencia interna por coeficiente alfa de Cronbach

Meneses et al. (2013, pp.84-85) refieren que la consistencia interna hace referencia al grado de equivalencia entre las partes del instrumento y el resto de los ítems; es decir, que mide con el mismo grado el constructo.

El coeficiente alfa de Cronbach permite evaluar la consistencia interna de una prueba considerando la covarianza entre sus ítems; es decir, si el grado de covarianza entre los ítems es mayor en relación a la varianza total, el nivel de alfa de Cronbach será mayor, así como su confiabilidad (Meneses et al., 2013, p.91).

Este coeficiente es el más utilizado en la investigación aplicada; sin embargo, su uso puede ser incorrecto cuando se trata de escalas ordinarias, porque la suposición de alfa es la naturaleza continua de las variables; por lo tanto, su uso es limitado y se recomienda dejar de usarlo (Contreras y Novoa, 2018, p.1). Por otra parte, la limitación más grande que posee, es debido a que el alfa supone el carácter continuo de las variables, dato que no se cumple en estudios de ciencias sociales; por ello, genera una infraestimación de la confiabilidad (Elosua y Zumbo, 2008, p.896).

Coeficientes para estimar la consistencia interna

Coeficiente Alfa

Es una estadística propuesta en 1951 para estimar la confiabilidad interna de un instrumento, hecha a partir de la suma de varias medidas; en las ciencias sociales ha sido muy difundida en su uso y es, por lo tanto, la estadística más utilizada se busca encontrar confiabilidad tanto en el proceso de construcción de una prueba como en la verificación de propiedades psicométricas. Sin embargo, este coeficiente presenta algunos factores que afectan su estimación, como el tamaño de la muestra y el número de ítems, pues, como son mayores, el valor de ese coeficiente aumentará (Cervantes, 2005, párr. 23-25).

Para su interpretación se hace referencia al puntaje perfecto es aquel que se acerca a 1. Según George y Mallery (2003), “las interpretaciones varían de la siguiente manera según el puntaje obtenido: $\alpha > 0.9$ es excelente; $\alpha > 0.8$ es bueno; $\alpha > 0.7$ es aceptable; $\alpha > 0.6$ es cuestionable; $\alpha > 0.5$ es pobre; $\alpha < 0.5$ es inaceptable” (p.231).

Coeficiente Alfa Ordinal

El Ordinal Alfa es uno de los mejores métodos para estimar la confiabilidad, ya que se basa en la matriz de correlación policórica, en lugar de la matriz de covarianza de Pearson (correlación); Por lo tanto, es mejor encontrar la confiabilidad de los datos regulares; Además, otra característica de la alfa común es que representa una estimación imparcial de

la confiabilidad de los datos de palabras. (Contreras y Novoa, 2018, p.2). Por otro lado, es importante recordar que el alfa ordinal es la mejor opción cuando se realiza el análisis factorial (Domínguez, 2012, p.216).

Coefficiente Omega

El coeficiente Omega se considera una excelente medida para determinar la confiabilidad si los principios de equivalencia no se cumplen, pero puede invalidar si los coeficientes de los reactivos que forman la matriz de las cargas factoriales presentan valores muy diferentes (McDonald, 1999). Domínguez y Merino (2015 p.1326) también recomiendan el uso del factor omega en la investigación psicológica, lo que garantiza su validez y confiabilidad.

Es un coeficiente basado en el análisis factorial (o cargas factoriales) de los ítems, y eso hace los cálculos más estables y, así, el nivel de confiabilidad es realmente reflejado. De la misma forma, cuando se utilizan cargas factoriales, este coeficiente se especifica en su estimación cuando se realiza el análisis factorial confirmatorio. Además, de acuerdo con McDonald (como citado en Ventura y Caycho, 2017, párrafo 9), se hace una notable ventaja para estimar la consistencia interna por este coeficiente, como no dependiente de un número de ítems; de la misma forma, se considera como medida adecuada de confiabilidad si el principio de equivalencia no es atendido y valores muy diferentes se presentan en una matriz de solución factorial, siendo su expresión matemática la siguiente:

$$\omega = \frac{\left[\sum_{i=1}^i \lambda \right]^2}{\left[\sum_{i=1}^i \lambda \right]^2 + \left[\sum_{i=1}^i 1 - \lambda_i^2 \right]}$$

Donde:

ω : Es el símbolo de Coeficiente de Omega

λ_i : Es la carga factorial estandarizada de i.

Por otro lado, el valor que hace aceptable esta confiabilidad se encuentra entre .70 y 90; sin embargo, también podría aceptarse valores superiores a .65.

Salazar y Serpa (2017, p. 385). En la mayoría de los casos, el proceso de estimar el coeficiente omega se realiza con cargas factoriales que confirman el análisis factorial, obteniendo un buen indicador de consistencia interna. Por otro lado, se debe mencionar que, debido a su uso infrecuente, no se encuentra en paquetes estadísticos como el SPSS; Por este motivo, para calcular, es necesario utilizar una aplicación en Excel (Ventura y Caycho, 2017, p.626).

Palella y Martins (2012, p.169) refieren que, para tener un nivel alto de confiabilidad, se debe obtener un puntaje mayor a .61.

Análisis estadísticos

Análisis de ítems

Este análisis ayuda a seleccionar los mejores ítems para una prueba, ver cuáles son los más apropiados y cuáles no con el propósito de los objetivos de la prueba que se está construyendo. por lo que se puede decir que es un proceso de selección. Estadísticamente, se obtienen tres indicadores para cada objeto, índice de dificultad, homogeneidad y validez. .Por otro lado, este análisis depende del modelo teórico a partir del cual la prueba fue construida. (Muñiz, et al., 2005, p. 53).

Índice de dificultad: Este índice se utiliza en elementos de prueba de rendimiento óptimo, donde el grado de dificultad de cada ítem es cuantificado (Muñiz, et al., 2005, p.53).

Índice de homogeneidad: se define como la correlación de Pearson entre los puntos de los sujetos en el objeto y la puntuación en el total de la muestra. Este índice permite verificar si el objeto mide lo mismo para lo que fue diseñado y realmente contribuye a la homogeneidad o consistencia interna de la prueba. Por otro lado, en los casos en que hay un pequeño número de ítems, se sugiere recurrir al índice de homogeneidad corregido para una mejor precisión en su cálculo (Abad, et al. 2004, pp. 13-17).

Análisis factorial

El análisis factorial es un tipo de validez de estructura interna que estudia la intervención de los distintos ítems a un único factor (estructura unidimensional) o a diversos factores (estructura multidimensional); en otras palabras, busca determinar k factores subyacentes,

paritando de una serie p de puntuaciones obtenidas por los ítems incipientes del test (Meneses et al., 2013, p.154).

Dicha técnica permite la reducción de la dimensionalidad de los datos, en la cual su objetivo es buscar la cantidad mínima de dimensiones y de esa manera explicar toda la información referente al contenido de los datos (Fernández, 2011, p.1).

a. Comunalidades

Las comunalidades se definen como la proporción de la varianza explicada por cada factor común de la variable; es decir, los comunalidades (h) se obtienen sumando los pesos factoriales al cuadrado en cada uno de los factores; por esta razón, es importante conocer primero los factores de la variable (Fernández, 2011, pp.31-32).

La comunalidad representa el grado en que cada ítem se correlaciona con los otros ítems; por lo tanto, cuanto mayor sea la puntuación de comunalidad, mejor será el resultado; Sin embargo, si las comunalidades de la variable son bajas ($<0,4$), la variable puede tener problemas para cargar significativamente cada factor (Detrinidad, 2016, p.22).

b. Análisis factorial exploratorio

Su propósito básico es organizar dimensiones o construcción de una nueva estructura después de la correlación de las variables estudiadas. (Martínez et al., 2014, p.319). En estos procesos, la técnica de análisis de los componentes principales es la más utilizada, aunque no es la más recomendada porque existen otras formas de extraer los componentes o factores. (Meneses et al., 2013, p.155).

Uno de los supuestos previos que deben cumplirse antes de realizar el análisis factorial exploratorio, es la medida de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), que es responsable de medir la idoneidad de la muestra. Es decir, ¿qué tan apropiado es el análisis factorial? (Montoya, 2007, 283). Por lo tanto, es importante valorar que si el puntaje es mayor a 0.8, indicaría un nivel meritorio (Detrinidad, 2016, p.21).

La prueba de esfericidad de Bartlett es otra medida que debe ser considerada como un pre requisito para el análisis factorial exploratorio, porque su importancia es probar la hipótesis nula, que afirma que las variables no están correlacionadas a la población; en otras

palabras, comprueba si la matriz de correlación corresponde a una matriz de identidad; por lo tanto, es válido si el valor de la significancia es menor que 0,05 (sig. <0,05), entonces la hipótesis nula es rechazada y el análisis es continuado. (Montoya, 2007, p.283).

c. Análisis factorial confirmatorio

El análisis factorial confirmado pertenece a un grupo importante de modelos denominados estructuras covarianzas y explica cómo las variables observadas pueden reflejar las variables latentes y, por lo tanto, explorar sus relaciones cuando forman un modelo de ecuación estructural para explorar redes nomológicas al validar el constructo (Martínez et al., 2014, p.354).

Los estadísticos que se deben de analizar dentro del proceso de análisis factorial confirmatorio son: el índice de bondad de ajuste comparativo ($CFI \geq .90$), el índice de bondad de ajuste ($GFI \geq .85$), la raíz del error cuadrático medio o RMSE (Root Mean Squared Error) ($RMSEA < .04$) (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010, p.192). Por otro lado, el índice Tucker-Lewis ($TLI \geq .85$) y la raíz cuadrada media residual (SRMR más cercano a 0 es mejor) (Schreider, Stage, Nora & Barlow, 2006, p.330). Estos resultados indicarían adecuados índices de ajuste.

En este análisis, se evalúa el grado en que el conjunto de factores organizados teóricamente se adaptan a los datos. Se debe considerar esencialmente el conocimiento del investigador para llevar a cabo dicho análisis, ya que debe poder adquirir y demostrar hipótesis mucho más concretas y específicas. Además, según Cupani (2012), esta parte del análisis de una técnica multivariada se usa comúnmente en psicología, lo que permite evaluar los modelos teóricos, utilizando tres estrategias que utilizan sistemas de ecuaciones estructurales: 1) La estrategia de modelado de confirmación; 2) la estrategia para modelos rivales y finalmente 3) la estrategia de desarrollo del modelo (párrafo 8). Este tipo de análisis requiere una razón conceptual o empírica sólida que lo respalde para la evaluación y especificación del modelo de los factores que se presentarán. Por lo tanto, la estructura está previamente establecida por bases teóricas y empíricas. Además, este análisis utiliza la matriz de varianzas y covarianzas analizando la estructura de cada una de ellas y los datos estandarizados se obtienen como no estandarizados. Fernández, 2015, párr. 11 - 13).

Factores que afectan la fiabilidad y validez

Dentro de los factores que afectan a la fiabilidad, hallamos la variabilidad de las puntuaciones del test, la longitud o el número total de ítems y las características de los ítems (Meneses et al., 2013, p.103).

Bernal (2010, p.249) Señala que hay otros factores que afectan la confiabilidad y la validez, como la improvisación, que consiste en creer que la evaluación comparativa se diseña diseñando muchos problemas sin tener en cuenta el compromiso y la revisión. Por otro lado, otro factor es el uso de instrumentos que no están validados en relación con el estudio o que no son adecuados para las personas a las que se aplicarán. Finalmente, se considera que las condiciones ambientales y la inexperiencia aplican pruebas.

Baremación

Conocido como escalamiento de una medida, quiere decir, representa un elemento de gran importancia en el proceso de diseño y uso de un instrumento de medida, ya que proporciona una información para la interpretación de los resultados (Meneses et al., 2013, p.220).

Además, hay varias formas de evaluar una prueba, que incluyen: a) Baremos cronológicos, donde las puntuaciones se comparan por encima de todo tipo intelectual y existen dos tipos de escalas, las de edades mentales y de cocientes intelectuales; b) Los centiles o percentiles son los más utilizados y encontrados en las pruebas comercializadas, que indican el porcentaje de individuos para el grupo normativo. Este grupo normativo debe tomarse de una prueba significativa para la población a la que se usará, ya que será la medida para esto; c) Puntos típicos, entre ellos encontramos los puntos estándar típicos (puntos Z típicos), los puntos estandarizados típicos y los puntos derivados típicos.

Tipos de baremación

El autor describe (Matalinares, Muratta y Pareja, 2012, p.366) los diferentes tipos de baremos y serán describirlo de la siguiente manera:

Normas Locales (Baremos Locales)

Se basa al muestreo de una población determinada en un espacio determinado (Matalinares, Muratta y Pareja, 2012, p.367).

Normas Regionales (Baremos Regionales)

Proveniente de la muestra representativa de una región (Matalinares, Muratta y Pareja, 2012, p.367).

Normas basadas en una variedad de calificaciones ocupacionales (Baremos de Centro)

Este tipo de baremación de basa en los tipos de profesiones u ocupaciones (Matalinares, Muratta y Pareja, 2012, p.367).

Normas Nacionales (Baremos Nacionales)

Esta baremación es obtenido mediante la muestra de la población general del país, la dificultad esta que no son fáciles de acceder, ya que genera factores de costos y con un margen de error alto (Matalinares, Muratta y Pareja, 2012, p.368).

Baremos o Normas por Edad

Esta muestra se enfoca de un grupo de muestra general, que define la edad como. Muestra general (Matalinares, Muratta y Pareja, 2012, p.368).

Percentiles

Los percentiles representan una generalización de la mediana. Dicha transformación fundada en los percentiles reside en determinar a cada puntuación directa una puntuación porcentual (Meneses et al., 2013, p.205).

1.4 Formulación del problema

Problema general

¿Es posible construir la Escala de comunicación organizacional interna que evidencia propiedades psicométricas adecuadas en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018?

1.5 Justificación de la investigación

El desarrollo de esta investigación, resulta de gran importancia y valiosa para las microempresas y macroempresas, dar a conocer la importancia que tiene la comunicación interna dentro de las organizaciones y no solo se da en el Perú sino también en los demás

países, esto ayudará a tomar conciencia, de fomentar acuerdos e iniciativas de solución en la mayoría de los casos, debido a la falta de incentivos y motivación por parte de jefes, administradores, superiores, quienes lograrán entablar una adecuada relación a nivel de las comunicaciones entre los jefes y colaboradores.

Por otra parte, como psicólogos organizacionales buscamos mantener una comunicación favorable dentro de las organizaciones, donde se busca determinar la importancia y esto posibilita la estabilidad del personal y ayudar a cumplir la misión de la organización, visión y objetivos. Por lo que es necesaria la creación del cuestionario de comunicación interna organizacional, ya que dicha construcción beneficiará a un mejor desarrollo de los jefes y colaboradores, ya que de esto dependerá su desempeño y su productividad laboral e fidelización laboral.

Por ese motivo como estudiante y futura profesional, consideré la iniciativa de construir una escala psicométrica que mida la comunicación interna organizacional, ya que definiendo es un proceso vital para el desarrollo del talento humano en las organizaciones, al ver las necesidades de diferentes organizaciones, para el adecuado desarrollo como variable general de comportamiento organizacional, en tanto es una variable que se encuentra implícita en las organizaciones, sin embargo, forma parte de los procesos organizacionales para la obtención de resultados.

Para generar un gran impacto en las organizaciones y generen resultados trazados en las diversas organizaciones, la investigación que se realizará ayudará a las organizaciones para mejorar sus actividades, objetivos y metas en las empresas, ya que se brindará un instrumento que genere resultados sobre la variable de comunicación interna organizacional, en función a las necesidades de trabajadores para su pronta mejoría con respecto al clima laboral en dicha organización y comportamiento organizacional.

Una vez que estos conocimientos se han adherido a las organizaciones y colaboradores esto permitirá que las empresas comprendan adecuadamente el manejo adecuado de la comunicación, por consiguiente, estarán dispuestos a contribuir con el desarrollo de los colaboradores en el aspecto de los tipos de comunicación y su desarrollo emocional.

1.6 Hipótesis

Por la naturaleza de esta investigación, no se consideró realizar hipótesis; puesto que, las hipótesis solo se realizan en investigaciones donde se busca establecer la relación entre dos

variables, no hallándose en investigaciones de tipo descriptivo o instrumental (Bernal, 2010, p.136).

1.7 Objetivos

Objetivo general

Diseñar la Escala de comunicación organizacional interna que evidencia propiedades psicométricas adecuada en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.

Objetivos específicos

O1: Determinar la validez de contenido de la Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.

O2: Realizar el análisis descriptivo de los ítems de la Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.

O3: Determinar la validez de estructura interna mediante el análisis factorial exploratorio para la Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.

O4: Determinar la validez de estructura interna mediante el análisis factorial confirmatorio para la Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.

O5: Hallar la confiabilidad mediante el alfa de Cronbach para la Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.

O6: Hallar el coeficiente de omega para la Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.

O7: Elaborar las normas de interpretación para la Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.

O8: Elaborar el manual de la Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

Diseño de investigación instrumental debido a que en esta categoría los estudios están encaminados al desarrollo de pruebas y aparatos, incluyendo a el diseño (construcción) como la adaptación de los mismos, así como aquellas investigaciones que analizan las propiedades psicométricas (Ato, López y Benavente, 2013; Montero y León, 2002).

Tipo de investigación

El tipo de investigación que se utilizó para su desarrollo, es de tipo tecnológica llamada también de investigación y desarrollo que tiene por objetivo la creación o modificación de instrumentos. Su base es netamente práctica y aporta la sociedad produciendo bienes o servicios (Valderrama, 2007). Asimismo, es psicométrica ya que son investigaciones orientadas a crear y estandarizar test y escalas de medición en psicología (Alarcón, 2013).

Nivel de investigación

Se empleó el estudio de investigación tecnológico donde Sánchez y Reyes (2015), refieren que se prueban y adaptan teorías; además, genera nuevas formas de entender los fenómenos.

Enfoque de investigación

El término menciona que la investigación cuantitativa divisa la cantidad como el proceso primordial para el cálculo y la medición, es la búsqueda de mediciones e variable. Niño (2011, p.29)

Bernal (2010, p.60) Método cuantitativo o método tradicional: se basa en la medición de características de fenómenos sociales, en tanto, se deriva de un marco conceptual adecuado al analizar, con diferentes teorías o postulados que expresan el estudio de la variable de manera deductiva. Este método busca diversificar y regularizar resultados.

2.2 Variables, Operacionalización

Variable: Comunicación Organizacional Interna

Definición conceptual:

La comunicación interna es un conjunto de características que determinan la relación entre los colaboradores y grupos dentro de la organización, la cual se puede dar de manera natural o intencionada. Debe incluir a todos los componentes de la organización por tanto debe ser de corte transversal. Arizcuren (2008, p. 19).

Definición operacional

La medición será a través de la Escala de Comunicación Organizacional Interna de Gonzales – ECOI 4G (Gonzales, 2018). Las categorías generales de la variable (bajo, medio y alto).

La variable de comunicación organizacional interna será medida a través de los puntajes obtenidos según los niveles establecidos (bajo, medio, y alto).

Dimensiones:

- 1) Descendente: con 9 ítems (1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9).
- 2) Ascendente: con 7 ítems (10; 11; 12; 13; 14; 15; 16).
- 3) Horizontal: con 8 ítems (18; 19; 20; 21; 22; 23; 24; 25).
- 4) Transversal: con 9 ítems (26; 27; 28; 29; 31; 32; 33).

Escala de calificación:

Escala Ordinal; con alternativas de respuesta que van de: Nunca = 1, Casi nunca = 2, A veces = 3, Casi siempre = 4 y Siempre = 5.

2.3 Población y muestra

Población

Una población según postula Valderrama (2013), es un conjunto finito o infinito de elementos, seres o cosas que tienen atributos o características comunes, susceptibles a ser observados (p.182). En la presente investigación población está conformada por 1050 colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana en el año 2018, la fuente de información obtenida para conocer el total de población fue brindada por la Jefa de Recursos Humanos, mediante un reporte detallado incluyendo el organigrama.

Muestra

“Se llama muestra a una parte de la población a estudiar que sirve para representarla” (Murray, 1990, p.25).

Para lograr determinar el número exacto de la muestra fue necesario realizar los análisis correspondientes de estudio de validez y confiabilidad, está dada por la multiplicación de los ítems de la prueba por 10 o más. (Nunnally y Bernstein, 1995).

Por su parte (Anthoine, E., Moret, L., Regnault, A., Sbille, V. & Hardouin, J., 2014) proporcionan la siguiente guía: 100 = pobre, 200 = justo, 300 = bueno, 500 = muy bueno, \geq 1000 = excelente.

La muestra es la parte representativa de la población de la cual se obtiene la información necesaria para su estudio, y en donde se efectuará la medición y observación de la variable de objeto (Bernal, 2010).

Para este desarrollo de proyecto de investigación se utilizó una muestra de 1000 colaboradores a partir de 25 años hasta los 65 años de edad, por colaboradores de diferentes cargos de la empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana. Seleccionados según los criterios que a continuación se detallarán.

Criterios de inclusión:

- Colaboradores entre las edades de 25 a 65 años.
- Colaboradores que pertenezcan a la empresa.

Criterios de exclusión

- Colaboradores que no pertenezcan a la empresa.
- Colaboradores menores de 25 años y mayores de 65 años.

Muestreo

El muestreo que se utilizará será de tipo no probabilístico por juicio; donde se tomará en cuenta la cantidad de la muestra por los criterios de inclusión y exclusión. (Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez, 2011).

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos

La técnica que se utilizará para el presente estudio corresponde a la encuesta donde De Barrera (2000, p.125), define a dicha técnica como la técnica que tiene como instrumentos de recolección a los cuestionarios, las escalas, los test, y pruebas de conocimientos, que requieren como instrumentos de registro papel (formato) y lápiz.

Además, es una técnica muy usada en el campo de investigación de las ciencias humanas y sociales. De acuerdo a Gonzáles, 2007, los instrumentos psicométricos permiten obtener una medida objetiva de los estudios de un sujeto en un momento dado, lo que posibilita crear hipótesis de trabajo para el investigador y da pie futuros tratamientos (párr.20 - 37).

Para la realización de la presente investigación, se diseñó la Escala de Comunicación Organizacional Interna. El instrumento fue aplicado a 1000 colaboradores de una Empresa del Rubro Farmacéutico de manera colectiva, mediante previo consentimiento de la misma empresa.

La aplicación es de manera sencilla, ya que podría ser autoadministrable, o también aplicado de manera individual o grupal. El tiempo es aproximado de 10 a 20 minutos.

Instrumento de recolección de datos

Ficha Técnica:

Nombre: Escala de Comunicación organizacional interna – 4 G

Autora: Nicole Jennifer Gonzales Mego

Año: 2018

Procedencia: Lima

Objetivo: Evaluar el nivel de comunicación organizacional interna en sus 4 dimensiones.

Administración: Individual o colectiva.

Tiempo de administración: 10 a 20 minutos

Población: Adultos de 25 años en adelante.

Aplicación: Directa

Dimensiones: 4 dimensiones siendo estas: Descendente, Ascendente, Horizontal y Transversal.

Usos: Organizacional – investigación.

Materiales: Manual, hoja de respuestas

Normas de aplicación: El evaluado(a) marcará en cada ítem de acuerdo a lo que considere pertinente respecto a lo leído en cada oración.

Calificación e interpretación: La calificación de la prueba es una escala de tipo Likert con alternativas que van de: Nunca = 5, Casi nunca = 4, A veces = 3, Casi siempre =2 y Siempre =1.

2.5 Método de análisis de datos

Esta investigación se dividió en dos fases para cumplir con los objetivos:

En la **primera fase** se realizó una escala con 33 ítems los cuales fueron validados por juicio de diez expertos para luego ser analizados estadísticamente mediante la Validez de Aiken, donde se eliminaron aquellos ítems que estuviesen por debajo de 0.80. También se ejecutó la prueba Binomial donde se eliminaron aquellos ítems que estuvieran por encima de 0.05 para así obtener la validez de contenido. Luego, se aplicó el inventario a un estudio piloto conformado por 131 colaboradores de una empresa, ya con la base de datos obtenida se efectuó la confiabilidad interna del instrumento en mención. Asimismo, se verificó mediante el análisis estadístico de datos del alfa de Cronbach por dimensiones y la variable total; también se realizó el método de división de mitades Coeficiente de Guttman.

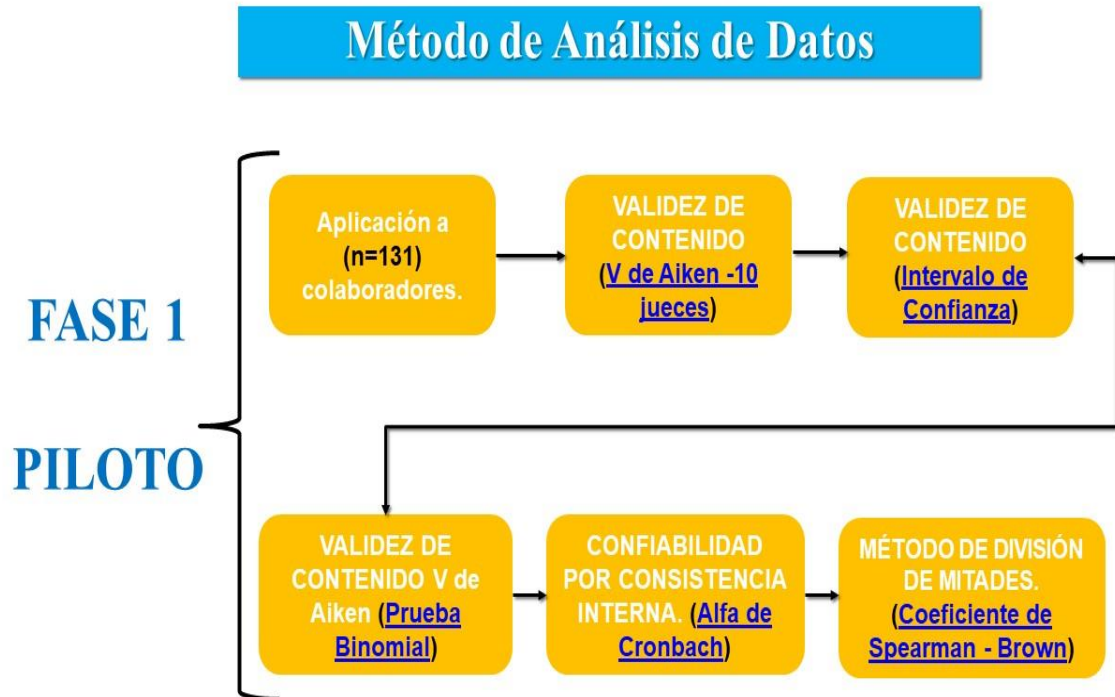


Figura. 5. Proceso estadístico realizado en la Fase 1 – Piloto (n=131).

En la **segunda fase** se aplicó el instrumento creado ya con los ítems que idóneos a una muestra de 1000 colaboradores de una empresa a los colaboradores y se utilizó nuevamente el análisis de ítems considerando estadísticos descriptivos como; el ítem test corregida, comunalidades; la desviación estándar; el coeficiente de asimetría de Fisher; el coeficiente de curtosis de Fisher; ya que este análisis permite hallar evidencias para la validez de contenido (Sireci, 1998).

Luego, se utilizó la técnica de procesamiento de datos, así como las tablas de procesamiento de datos para tabular y procesar resultados del instrumento mediante el programa Microsoft Excel 2013 y el software estadístico SPSS (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales, versión 25.0) con AMOS (Analysis of Moment Structures versión 25.0) .

Para ver las propiedades psicométricas del instrumento. Asimismo, para la ejecución de la validez de constructo se realizó el análisis factorial exploratorio y confirmatorio, se verificaron los índices de ajuste pertinentes (Cupani, 2012). Se verificó la confiabilidad a través del método de consistencia interna y se crearon los baremos respectivos en base a Eneatipos.

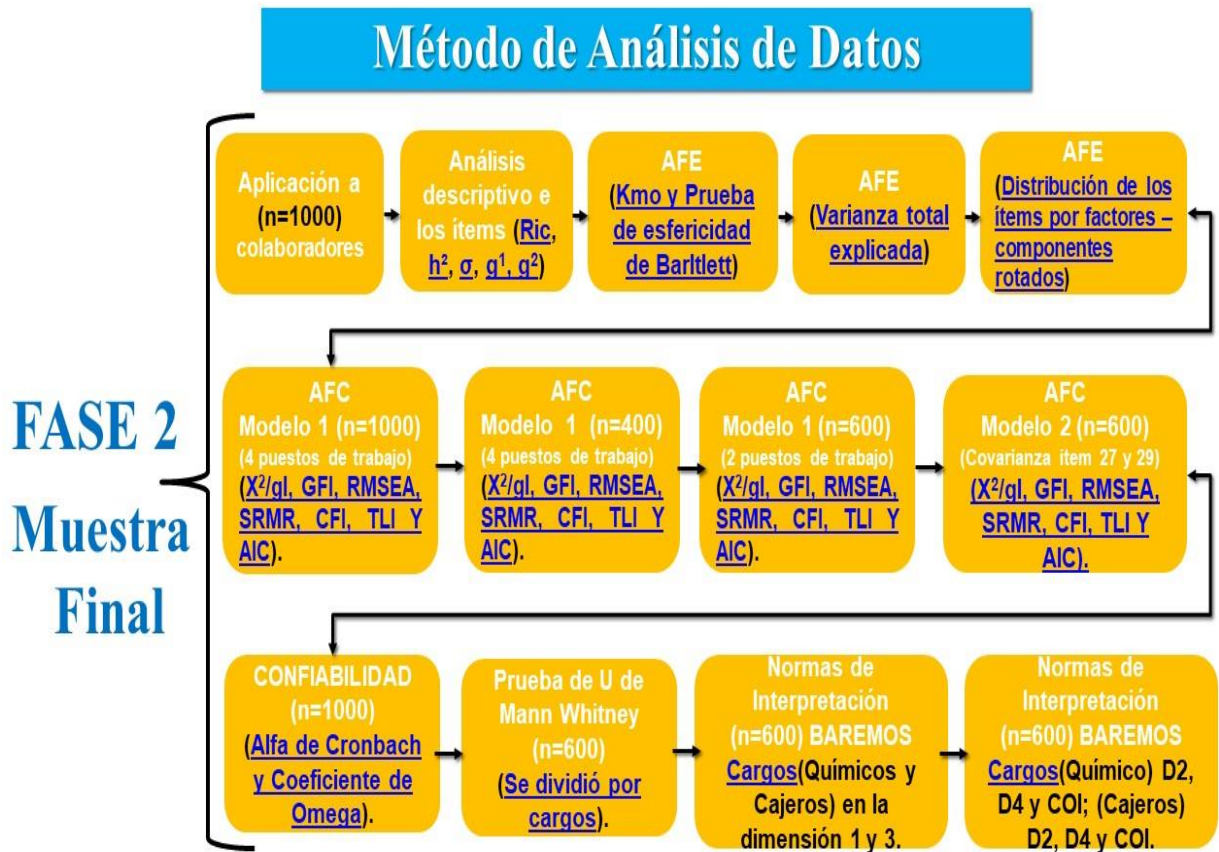


Figura. 6. Proceso estadístico realizado en la Fase 2 – Muestra Final (n=1000).

2.6 Aspectos éticos

El instrumento creado cuenta con la carta de presentación y autorización hacia las autoridades de la empresa, la jefa de recursos humanos y los mismos colaboradores que accedieron al desarrollo de la Escala de Comunicación Organizacional Interna obteniendo así el permiso respectivo por parte de todos los implicados.

Se les explicó brevemente la importancia y el fin de la evaluación, se procedió a entregarles la Escala de Comunicación Organizacional Interna - 4G Luego de la obtención de los materiales entregados, se consideró únicamente las encuestas que estén llenas al 100%, desechando las que no estuvieran llenadas en su totalidad. A partir de ello es que se realizó la base de datos con los respectivos estadísticos para su análisis. Además, por aspectos éticos no se mencionan los nombres de los estudiantes que participaron en la investigación, ni de la institución donde se aplicó el instrumento ya que toda información recaudada es de carácter privado únicamente dirigida hacia el investigador.

El principio de autonomía es la obligación de respeto a los valores y decisiones de cada persona la cual le pertenecen. Cuyo principio limite a una persona si es libre de decidir sobre el propio bien este no puede ser impuesto en contra de su voluntad por medio de la fuerza o aprovecharse de su ignorancia.

El principio de beneficencia es una exigencia clara de hacer el bien, como un principio clásico, no se debe hacer un bien a costar de hacer un daño.

El principio de no maleficencia, consta del respeto e integridad el ser humano, es un aspecto de la ética tradicional *primum non nocere*. Este principio prima la moral como un tipo de (objeción de conciencia), con la facultad moral de referir al paciente a otro colega.

El principio de justicia, consiste en la repartición equitativa de cargas y beneficios en el ámbito del bienestar de vida, impone límites al de autonomía, ya que pretende que la autonomía de cada individuo no atente a la vida, libertad y demás derechos básicos de las otras personas.

III. RESULTADOS

Tabla 2

Análisis descriptivo de los ítems de la dimensión descendente (n=1000)

Ítems	Ritc	h ²	σ	g ¹	g ²
1	0.585	,457	0.794	-0.572	0.322
2	0.648	,545	0.770	-0.788	0.215
3	0.640	,535	0.770	-0.874	0.917
4	0.631	,523	0.983	-1.116	1.285
5	0.713	,616	0.955	-0.613	-0.098
6	0.731	,647	0.891	-0.730	0.199
7	0.646	,529	0.986	-0.755	0.081
8	0.670	,552	0.998	-0.631	-0.163
9	0.588	,454	1.054	-0.567	-0.378

Nota: Análisis descriptivo; RITC: Correlación ítem test corregido; h²: Comunalidad; DE: Desviación estándar; g¹: coeficiente de asimetría de Fisher; g²: coeficiente de curtosis de Fisher.

En la tabla 2, los valores de la correlación ítem- test corregida son superiores a 0.30, lo que señala que tienden a medir la misma variable, los valores de análisis por comunalidades de ítems superan el valor de 0.4. En tanto, las medidas de asimetría y las medidas de curtosis están próximas a 1, lo que indica que estos datos no se alejan de la distribución normal. En resumen, los nueve ítems que componen la primera dimensión, son aceptables para realizar el análisis factorial exploratorio (Sireci, 1998).

Tabla 3

Análisis descriptivo de los ítems de la dimensión ascendente (n=1000)

Ítems	Ritc	h ²	σ	g ¹	g ²
10	0.704	,654	0.837	-0.736	-0.376
11	0.504	,399	0.908	-1.140	0.857
12	0.655	,594	1.030	-0.879	0.307
13	0.728	,693	1.029	-0.763	-0.124
14	0.690	,630	0.997	-0.329	-0.514
15	0.563	,455	1.283	0.003	-1.023
16	0.535	,411	1.012	-0.489	-0.346

Nota: Análisis descriptivo; RITC: Correlación ítem test corregido; h²: Comunalidad; DE: Desviación estándar; g¹: coeficiente de asimetría de Fisher; g²: coeficiente de curtosis de Fisher.

En la tabla 3, los valores de la correlación ítem- test corregida son superiores a 0.30, lo que señala que tienden a medir la misma variable, los valores de análisis por comunalidades de ítems superan el valor de 0.4. En tanto, las medidas de asimetría y las medidas de curtosis

están próximas a 1, lo que indica que estos datos no se alejan de la distribución normal. En resumen, los nueve ítems que componen la segunda dimensión, son aceptables para realizar el análisis factorial exploratorio (Sireci, 1998).

Tabla 4

Análisis descriptivo de los ítems de la dimensión horizontal (n=1000)

Ítems	Ritc	h ²	σ	g ¹	g ²
18	0.692	,598	0.857	-0.839	0.472
19	0.614	,494	0.840	-1.111	0.826
20	0.709	,623	0.879	-0.955	0.672
21	0.734	,657	0.826	-0.903	0.741
22	0.696	,606	0.810	-0.718	0.508
23	0.709	,623	0.881	-0.631	-0.289
24	0.593	,467	0.910	-0.902	0.739
25	0.711	,622	0.852	-0.580	-0.106

Nota: Análisis descriptivo; RITC: Correlación ítem test corregido; h²: Comunalidad; DE: Desviación estándar; g¹: coeficiente de asimetría de Fisher; g²: coeficiente de curtosis de Fisher.

En la tabla 4, los valores de la correlación ítem- test corregida son superiores a 0.30, lo que señala que tienden a medir la misma variable, los valores de análisis por comunalidades de ítems superan el valor de 0.4 En tanto, las medidas de asimetría y las medidas de curtosis están próximas a 1, lo que indica que estos datos no se alejan de la distribución normal. En resumen, los nueve ítems que componen la tercera dimensión, son aceptables para realizar el análisis factorial exploratorio (Sireci, 1998).

Tabla 5*Análisis descriptivo de los ítems de la dimensión transversal (n=1000)*

Ítems	Ritc	h ²	σ	g ¹	g ²
26	0.550	,420	0.827	-0.659	0.411
27	0.684	,602	0.897	-0.449	-0.081
28	0.775	,726	0.924	-0.404	-0.357
29	0.752	,698	0.942	-0.357	-0.323
31	0.571	,450	0.918	-0.592	0.073
32	0.717	,651	0.922	-0.416	-0.305
33	0.763	,710	0.876	-0.232	-0.281

Nota: Análisis descriptivo; RITC: Correlación ítem test corregido; h²: Comunalidad; DE: Desviación estándar; g¹: coeficiente de asimetría de Fisher; g²: coeficiente de curtosis de Fisher.

En la tabla 5, los valores de la correlación ítem- test corregida son superiores a 0.30, lo que señala que tienden a medir la misma variable, los valores de análisis por comunalidades de ítems superan el valor de 0.4. En tanto, las medidas de asimetría y las medidas de curtosis están próximas a 1, lo que indica que estos datos no se alejan de la distribución normal. En resumen, los nueve ítems que componen la cuarta dimensión, son aceptables para realizar el análisis factorial exploratorio (Sireci, 1998).

Tabla 6

Evaluación de los supuestos previos al análisis factorial exploratorio de Medida Kaiser-Meyer-Olkin y Prueba esfericidad de Bartlett de la Escala de comunicación organizacional interna, (n=1000) de ECOI – 4G

Indices		Resultados del AFE
KMO	Medida Kaiser-Meyer-Olkin	,955
	Prueba de esfericidad de Bartlett	Sig. ,000

En la tabla 6, se aprecia que la medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) para la variable comunicación organizacional interna es de 0.955, lo que indica que el valor mayor a > 0.80 la cantidad de observaciones en la base de datos (1000 encuestados) permite realizar el análisis (Detrinidad, 2016). El Test de esfericidad de Bartlett no es significativo ($p < 0.05$). En tanto, se afirma que no es una matriz de identidad, dado que hay correlaciones entre las variables. En consecuencia los puntajes obtenidos en la prueba permiten realizar el análisis factorial exploratorio (Pérez, 2004, p.176).

Tabla 7

Varianza total explicada de la Escala de comunicación organizacional interna, (n=1000) de ECOI – 4G

Varianza total explicada					
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza
1	13,307	42,925	42,925	13,307	42,925
2	2,075	6,694	49,619	2,075	6,694
3	1,647	5,313	54,932	1,647	5,313
4	1,327	4,281	59,212	1,327	4,281

En la tabla 7, se puede observar la estructura factorial con 4 factores que explican el 59,212% de la varianza total, en donde es aceptable, ya que es un equivalente mayor al 50 % de explicación de la escala total. Es importante resaltar que los 4 factores seleccionados se denominaron descendente, ascendente, horizontal y transversal, todos estos factores situados dentro de la Escala de comunicación organizacional interna de Gonzales, ECOI-4G.

Tabla 8

Distribución de los ítems por factores de la Escala de comunicación organizacional interna, ECOI – 4G, (n=1000)

ÍTEMS	FACTORES			
	1	2	3	4
Item_21	0.750			
Item_20	0.728			
Item_22	0.723			
Item_23	0.715			
Item_25	0.704			
Item_18	0.675			
Item_19	0.631			
Item_24	0.617			
Item_26	0.484			
Item_15		0.747		
Item_9		0.647		
Item_12		0.625		
Item_14		0.622		
Item_13		0.617		
Item_10		0.588		
Item_16		0.586		
Item_8		0.571		
Item_2			0.729	
Item_4			0.708	
Item_3			0.687	
Item_1			0.613	
Item_7			0.559	
Item_6			0.543	
Item_5			0.420	
Item_11			0.418	
Item_28				0.751
Item_29				0.746
Item_33				0.740
Item_32				0.687
Item_31				0.660
Item_27				0.607

En la tabla 8, se puede apreciar la organización de los ítems en 4 factores, en la primera dimensión se denominó descendente, compuesto por 8 ítems, cuyas cargas factoriales oscilaron entre .4 y .8; en la segunda dimensión se denominó ascendente, compuesto por 8 ítems cuyas cargas factoriales oscilaron entre .5 y .8; en la tercera dimensión se denominó horizontal, comprendido por 9 ítems, cuyas cargas factoriales oscilaron entre .4 y .8; en la cuarta dimensión se denominó transversal, compuesto por 6 ítems con cargas factoriales de .6 y .8

Tabla 9

Medidas de bondad de ajuste del análisis factorial confirmatorio de la Escala de comunicación organizacional interna (n= 1000), ECOI – 4G

Índices de Ajuste		Modelo 1	Índices Óptimos	Autor
Ajuste Absoluto				
X ² /gl	Razón chi cuadrado/ grados libertad	5.887	≤ 2.00 (No Aceptable)	(Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016)
GFI	Índice de bondad de ajuste	0.855	≥ 0.90 (No Aceptable)	(Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016)
RMSEA	Índice de bondad de ajuste ajustado	0.070	≤ 0.05 (Aceptable)	(Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016)
SRMR	Residuo estandarizado cuadrático medio	0.0471	Cerca de 0 (Aceptable)	(Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016)
Ajuste Comparativo				
CFI	Índice de ajuste comparativo	0.886	≥ 0.90 (No Aceptable)	(Schreider, Stage, Nora & Barlow, 2006)
TLI	Índice de Tucker - Lewis	0.876	≥ 0.95 (No Aceptable)	(Ruiz, Pardo, San Martín, 2010)
Ajuste Parsimonioso				
AIC	Criterio de información de Akaike	2655.84	Cerca de 0 (Aceptable)	(Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016)

En la tabla 9, los datos obtenidos del análisis factorial confirmatorio, según 4 diferentes tipos de puesto de trabajo (Cajeros, Químicos farmacéuticos, Seguridad y Almaceneros), la muestra en sus índices de ajuste un valor de X²/gl = 5.887, indicando no un buen ajuste, el valor CFI = 0.886, indicando un buen ajuste; además, el valor de GFI = 0.855 demostró un nivel adecuado. Por otro lado, el valor del RMSEA obtuvo un valor 0.070, indicando un valor adecuado (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010, p.192). Por otro lado, los valores del TLI = 0.876 y SRMR = 0.0471, indicaron valores adecuados (Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016) y (Ruiz, Pardo, San Martín, 2010).

Análisis factorial confirmatorio

Enseguida, se examinó el ajuste del modelo en base a las 4 dimensiones de mediante el análisis factorial confirmatorio (n=1000)

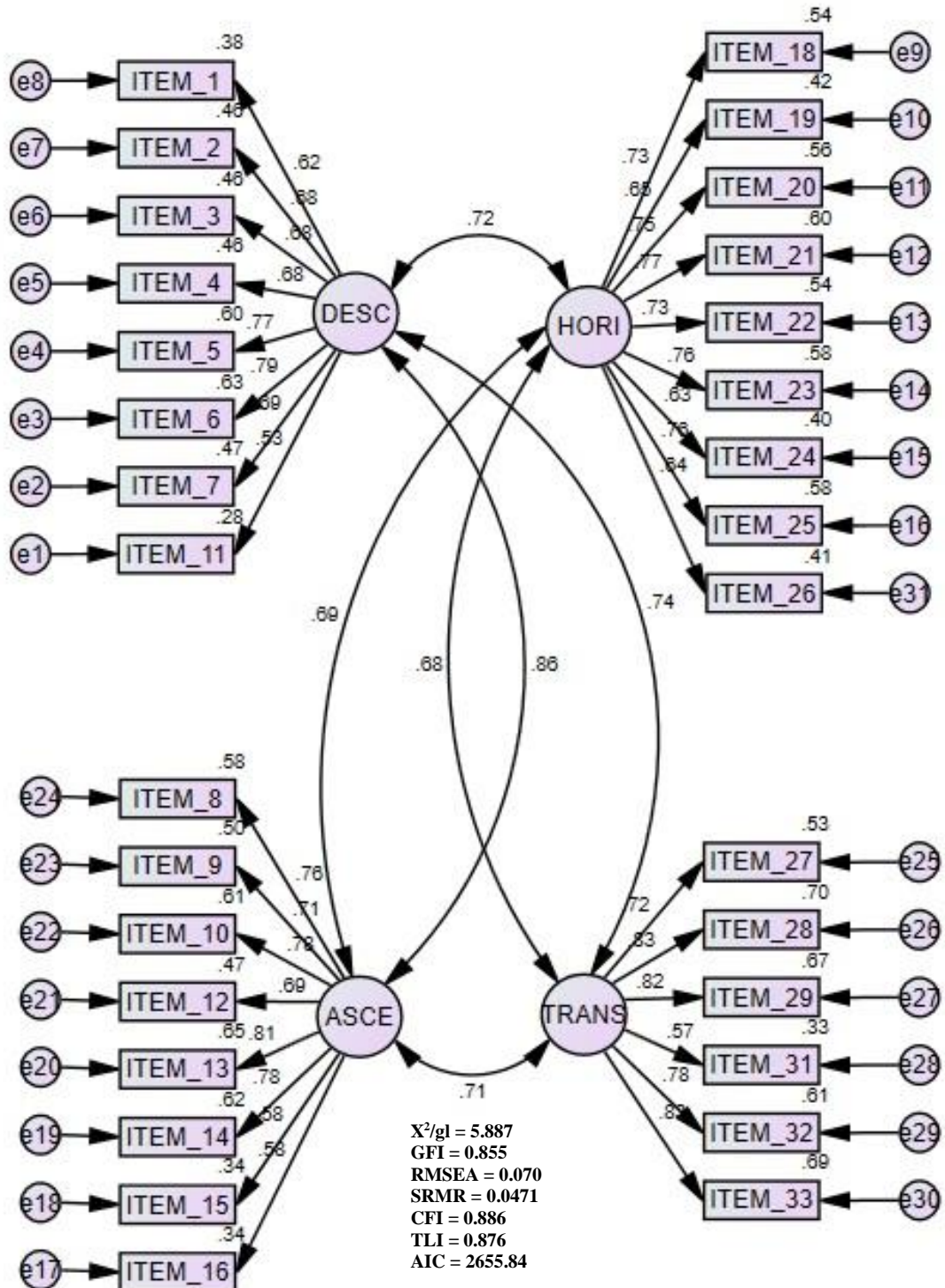


Figura 7. Análisis factorial confirmatorio de las dimensiones de comunicación organizacional interna.

Tabla 10

Medidas de bondad de ajuste del análisis factorial confirmatorio de la Escala de comunicación organizacional interna (n= 400), ECOI – 4G

Índices de Ajuste		Modelo 1	Índices Óptimos	Autor
Ajuste Absoluto				
X ² /gl	Razón chi cuadrado/ grados libertad	3.186	≤ 2.00 (No Aceptable)	(Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016)
GFI	Índice de bondad de ajuste	0.849	≥ 0.90 (No Aceptable)	(Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016)
RMSEA	Índice de bondad de ajuste ajustado	0.060	≤ 0.05 (Aceptable)	(Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016)
SRMR	Residuo estandarizado cuadrático medio	0.0509	Cerca de 0 (Aceptable)	(Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016)
Ajuste Comparativo				
CFI	Índice de ajuste comparativo	0.869	≥ 0.90 (No Aceptable)	(Schreider, Stage, Nora & Barlow, 2006)
TLI	Índice de Lewis Turker	0.832	≥ 0.95 (No Aceptable)	(Ruiz, Pardo, San Martín, 2010)
Ajuste Parsimonioso				
AIC	Criterio de información de Akaike	1499.79	Cerca de 0 (Aceptable)	(Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016)

En la tabla 10, los datos obtenidos del análisis factorial confirmatorio, según 2 diferentes tipos de puesto de trabajo (Seguridad y Almaceneros), la muestra de sus índices de ajuste un valor de $X^2/gl = 3.186$, indicando no un buen ajuste, el valor $CFI = 0.869$, indicando un buen ajuste; además, el valor de $GFI = 0.849$ demostró un nivel adecuado. Por otro lado, el valor del RMSEA obtuvo un valor 0.060, indicando un valor adecuado (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010, p.192). Por otro lado, los valores del $TLI = 0.832$ y $SRMR = 0.0509$, indicaron valores adecuados (Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016) y (Ruiz, Pardo, San Martín, 2010).

Análisis factorial confirmatorio

Enseguida, se examinó el ajuste del modelo en base a las 4 dimensiones de mediante el análisis factorial confirmatorio (n=400)

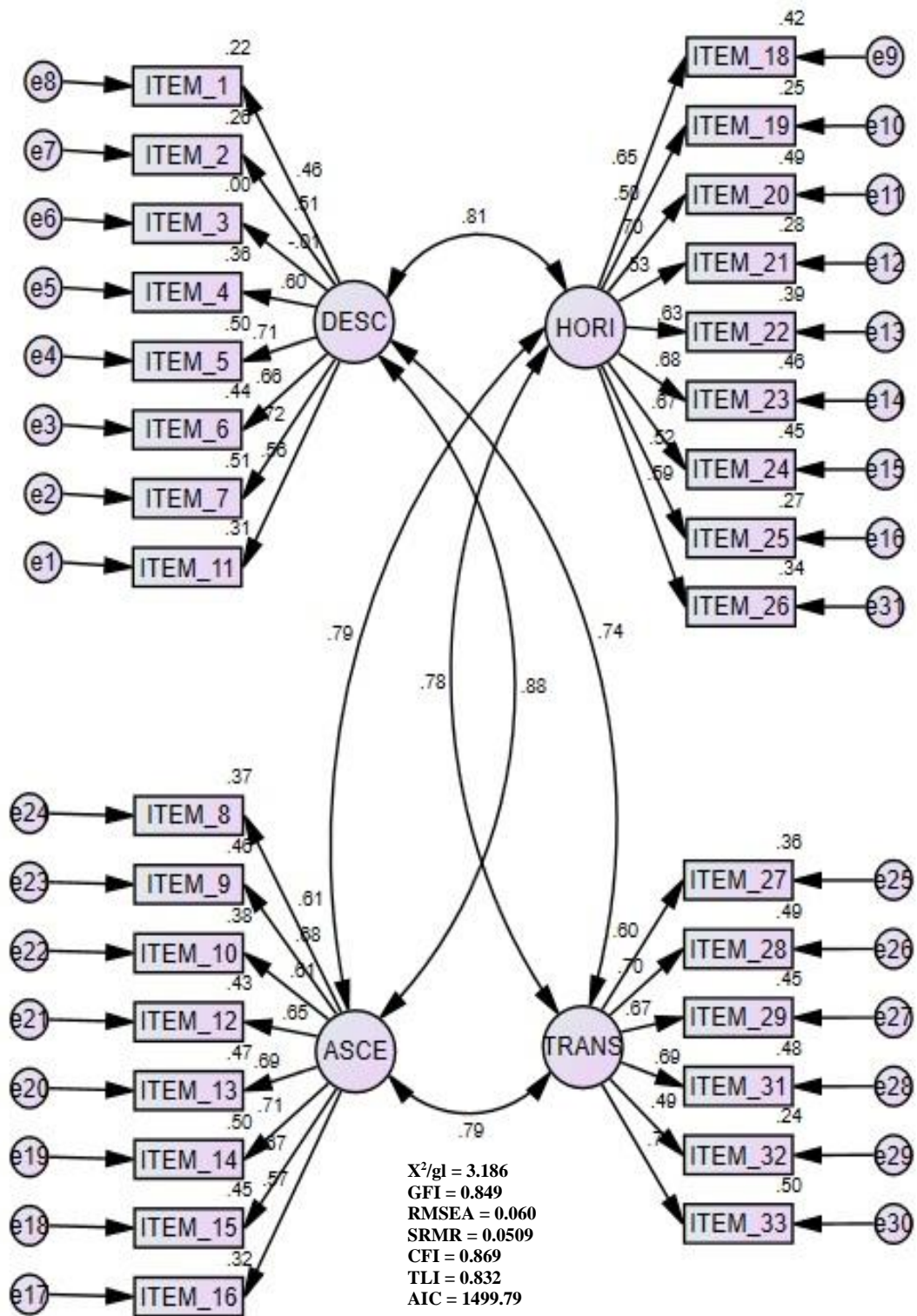


Figura 8. Análisis factorial confirmatorio de las dimensiones de comunicación organizacional interna.

Tabla 11

Medidas de bondad de ajuste del análisis factorial confirmatorio de la Escala de comunicación organizacional interna (n= 600), ECOI – 4G

Índices de Ajuste		Modelo 1	Modelo 2	Índices Óptimos	Autores
Ajuste Absoluto					
X ² /gl	Razón chi cuadrado/ grados libertad	1.984	1.731	≤ 2.00 (Aceptable)	(Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016)
GFI	Índice de bondad de ajuste	0.770	0.905	≥ 0.90 (Aceptable)	(Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016)
RMSEA	Índice de bondad de ajuste ajustado	0.045	0.039	≤ 0.05 (Aceptable)	(Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016)
SRMR	Residuo estandarizado cuadrático medio	0.0468	0.0425	Cerca de 0 (Aceptable)	(Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016)
Ajuste Comparativo					
CFI	Índice de ajuste comparativo	0.902	0.927	≥ 0.90 (Aceptable)	(Schreider, Stage, Nora & Barlow, 2006)
TLI	Índice de Tucker Lewis	0.894	0.921	≥ 0.95 (Aceptable)	(Ruiz, Pardo, San Martín, 2010)
Ajuste Parsimonioso					
AIC	Criterio de información de Akaike	984.971	877.098	Cerca de 0	(Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016)

En la tabla 11, los datos obtenidos del análisis factorial confirmatorio, según 2 diferentes tipos de puesto de trabajo (Cajeros y Químicos farmacéuticos), la muestra en sus índices de ajuste un valor de $X^2/gl = 1.731$, indicando un adecuado buen ajuste, el valor $CFI = 0.927$, indicando un buen ajuste; además, el valor de $GFI = 0.905$ demostró un nivel adecuado. Por otro lado, el valor del RMSEA obtuvo un valor 0.039, indicando un valor adecuado (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010, p.192). Por otro lado, los valores del $TLI = 0.921$ y $SRMR = 0.0425$, indicaron valores adecuados (Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016) y (Ruiz, Pardo, San Martín, 2010).

Análisis factorial confirmatorio

Enseguida, se examinó el ajuste del modelo en base a las 4 dimensiones de mediante el análisis factorial confirmatorio (n=600).

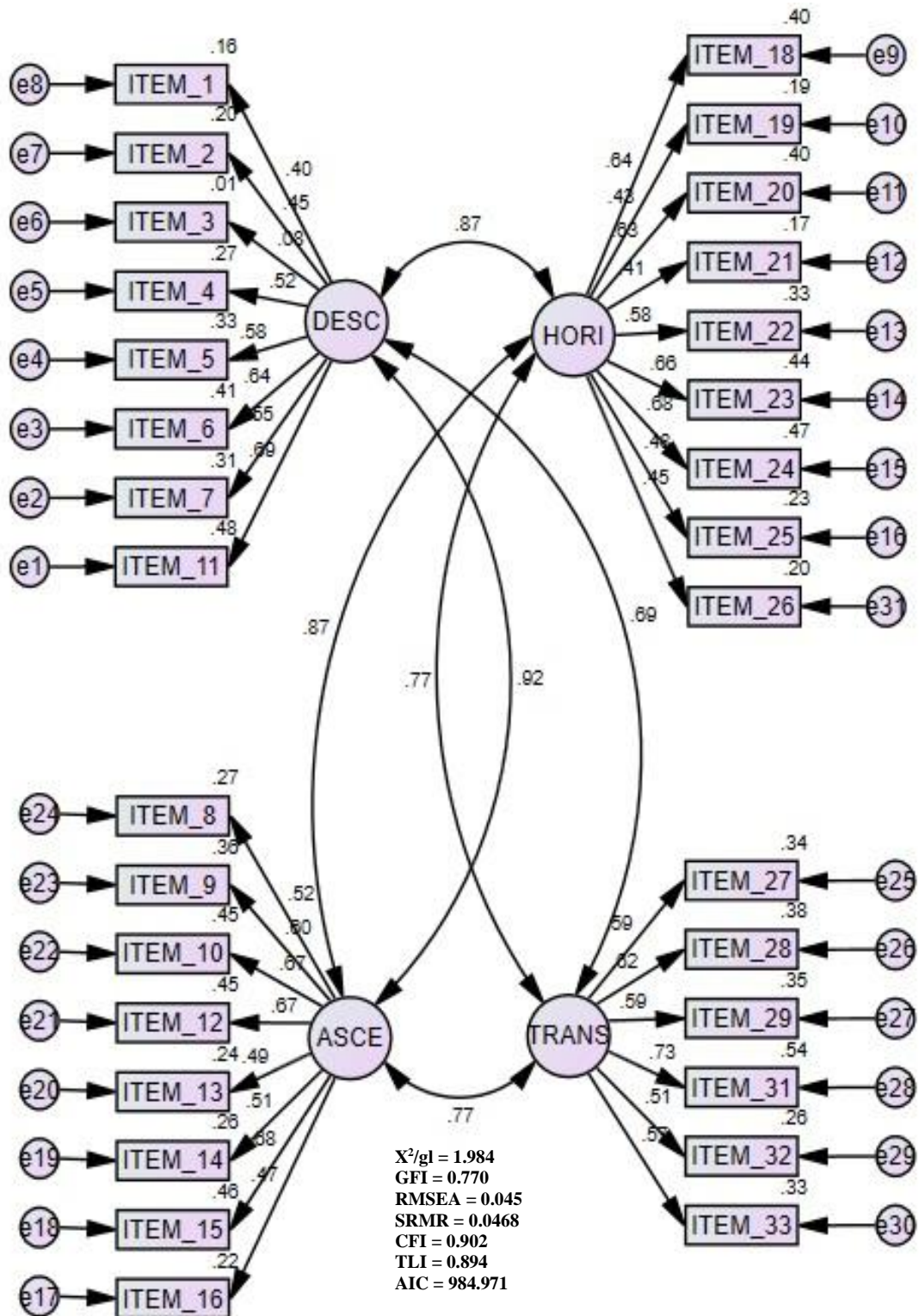


Figura 9. Análisis factorial confirmatorio de las dimensiones de comunicación organizacional interna.

Análisis factorial confirmatorio

Enseguida, se examinó el ajuste del modelo 2 en base a las 4 dimensiones de mediante el análisis factorial confirmatorio (n=600).

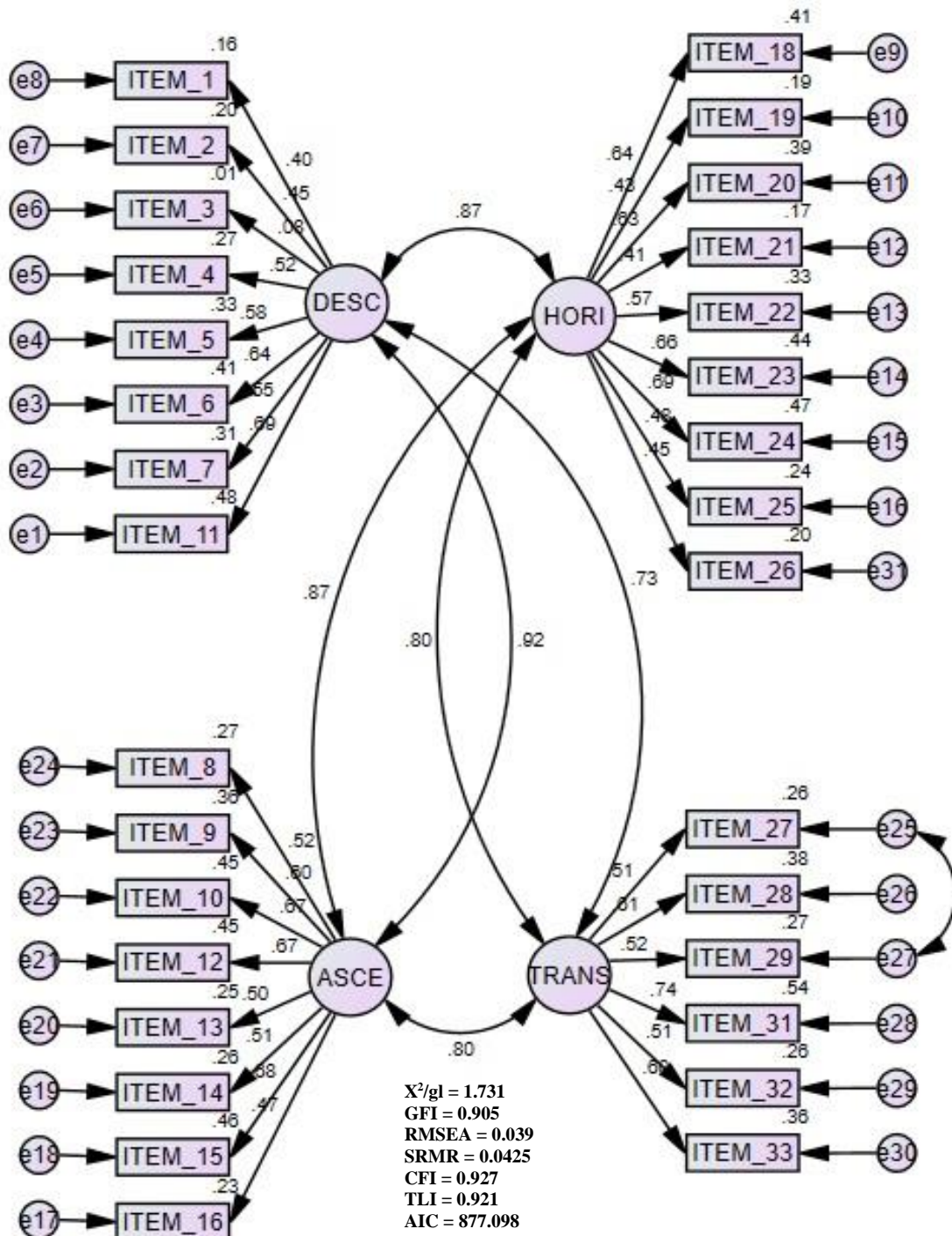


Figura 10. Análisis factorial confirmatorio de las dimensiones de comunicación organizacional interna, Modelo 2 en covarianza (ítems 27 y 29).

Tabla 12

Confiabilidad por Alfa de Cronbach y Coeficiente Omega de las dimensiones de la Escala de comunicación organizacional interna (n= 1000), ECOI – 4G

	α	Ω	N° ítems
Descendente	0.86	0.86	8
Ascendente	0.89	0.89	8
Horizontal	0.90	0.90	9
Transversal	0.89	0.90	6
COI	0.95	0.96	31

Nota: Confiabilidad; α : Coeficiente de alfa ordinal; ω : Coeficiente de omega y COI: Comunicación organizacional interna.

En la tabla 12, se observa que la escala de comunicación organizacional interna evidencia una consistencia interna, analizado mediante el Coeficiente Omega de Mc Donald y Alfa de Cronbach, en la variable comunicación organizacional interna y respectivamente en cada una de las dimensiones, en donde utilizamos la muestra inicial de (n=1000), donde los valores aceptables en la confiabilidad se encuentran entre 0.70 y 0.90; ya que nos presentan resultado con un nivel alto fiabilidad y confiabilidad de la variable comunicación interna el (0.96), en la dimensión descendente (0.86), en la dimensión ascendente (0.89), en la dimensión horizontal (0.90), en la dimensión transversal (0.90), , lo que indica que reúne el criterio de consistencia interna adecuada (Ventura y Caycho, 2017, párr. 9).

Normas de interpretación para la aplicación

Tabla 13

Prueba de U de Mann-Whitney de la escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa ($n= 600$)

	Descendente	Ascendente	Horizontal	Transversal	COI
U de Mann-Whitney	44624.500	38117.000	41299.500	40791.500	40443.000
W de Wilcoxon	89774.500	83267.000	86449.500	85941.500	85593.000
Z	-0.177	-3.256	-1.748	-1.989	-2.147
Sig. asintótica(bilateral)	0.859	0.001	0.080	0.047	0.032

a. Variable de agrupación: CARGO

Como se aprecia en la tabla 13, se verificó que los datos no se ajustan a la normalidad, ya que la significancia es menor a 0.05 ($p<0.05$). Ante ello, se decidió realizar puntuaciones por diferencia de cargos en las dimensiones (ascendente, transversal y comunicación organizacional interna) para las normas de interpretación.

Normas de interpretación

Puntajes en Eneatipos

Tabla 14

Baremos de la escala de comunicación organizacional interna, ECOI – 4G, para ambos puestos, en las dimensiones 1 y 3

Cargos	Eneatipos	Niveles	D1	D3
General (Químicos Y Cajeros)	1 a 3	Bajo	≤ 33	≤ 30
	4 a 6	Medio	34 - 39	31 - 36
	7 a 9	Alto	$40 \geq$	$37 \geq$
		\bar{x}	36.87	34.00
		σ	4.445	4.099

Nota: Baremos de comunicación organizacional interna; D1 (Descendente), D3 (Horizontal).

Puntajes en Eneatipos

Tabla 15

Baremos de la escala de comunicación organizacional interna, ECOI – 4G, según el tipo de puesto Químicos en las dimensiones 2, 4 y Coi

Cargo	Eneatipos	Niveles	D2	D4	COI
Químicos	1 a 3	Bajo	≤ 28	≤ 26	≤ 122
	4 a 6	Medio	29 - 32	27 - 31	123 - 140
	7 a 9	Alto	$33 \geq$	$32 \geq$	$141 \geq$
		\bar{x}	30.92	29.73	132.07
		σ	3.050	3.421	11.829

Nota: Baremos cargo químicos; D2 (Ascendente), D4 (Transversal) y COI (comunicación organizacional interna).

Puntajes en Eneatipos

Tabla 16

Baremos de la escala de comunicación organizacional interna, ECOI – 4G, según el tipo de puesto Cajeros en las dimensiones 2, 4 y Coi

Cargo	Eneatipos	Niveles	D2	D4	COI
Cajeros	1 a 3	Bajo	≤ 26	≤ 25	≤ 116
	4 a 6	Medio	27 - 31	26 - 31	117 - 140
	7 a 9	Alto	$32 \geq$	$32 \geq$	$141 \geq$
		\bar{x}	29.55	28.93	128.81
		σ	3.050	4.247	15.714

Nota: Baremos cargo químicos; D2 (Ascendente), D4 (Transversal) y COI (comunicación organizacional interna).

IV. DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como finalidad construir una Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana. Los fundamentos teóricos se rigen a los estudios realizados por Arizcuren acerca de comunicación organizacional interna, definiéndola como un conjunto de características que determinan la relación entre los colaboradores y grupos dentro de la organización, la cual se puede dar de manera natural o intencionada (2008, pp.19-24).

Inicialmente en la construcción de la Escala de comunicación organizacional interna, ECOI 4G, se diseñó con un total de 33 ítems, organizados en 4 grandes dimensiones: dimensión descendente, dimensión ascendente, dimensión horizontal, dimensión transversal.

Al realizar el estudio piloto se eliminaron 2 ítems, quedando un total de 31 ítems, aunque la organización de los ítems y los factores quedaron como inicialmente se estableció. Cuando se aplicó la prueba a la muestra, en el análisis estadístico por comunalidades, se consideró analizar cada dimensión, considerando las dimensiones de comunicación organizacional interna.

Para poder obtención de ítems se recurrió al análisis de los mismos, obteniendo así la validez de contenido realizada el criterio del juicio de expertos realizándose así la V. de Aiken y Prueba Binomial sin llegar a eliminarse ningún ítem de los 33 planteados. Pues según indica Aiken (1996), cuando el porcentaje de acuerdo entre los jueces es mayor o igual a 0.80, se admiten los reactivos. Por lo tanto, fueron aceptados los 33 ítems.

De acuerdo al análisis de ítems considerando estadísticos descriptivos en la variable comunicación organizacional interna, obtenidos del análisis el ítem test corregida, la desviación estándar; el coeficiente de asimetría de Fisher; el coeficiente de curtosis de Fisher y la Comunalidad; se obtuvo que en todos los casos se verificaron adecuados índices de ajuste entre lo que constituye en evidencia a favor de la validez de contenido (Sireci, 1998).

De acuerdo al análisis de ítems considerando estadísticos descriptivos, en la dimensión descendente de los ítems (1,2,3,4,5,6,7,8,9), los valores de la correlación ítem- test corregida son superiores a 0.30, lo que señala que tienden a medir la misma variable, los valores de análisis por comunalidades de ítems superan el valor de 0.4. (Detrinidad, 2016).

En tanto, las medidas de asimetría y las medidas de curtosis están próximas a 1, lo que indica que estos datos no se alejan de la distribución normal. Dado que, dentro del instrumento se observó valores aceptables en la construcción de la escala, dando paso a la siguiente fase del análisis factorial exploratorio, lo que constituye en evidencia a favor de la validez de contenido (Sireci, 1998).

De acuerdo al análisis de ítems considerando estadísticos descriptivos, en la dimensión ascendente de los ítems (10, 11, 12, 13, 14, 15,16), los valores de la correlación ítem- test corregida son superiores a 0.30, lo que señala que tienden a medir la misma variable, los valores de análisis por comunalidades de ítems superan el valor de 0.4. (Detrinidad, 2016). En tanto, las medidas de asimetría y las medidas de curtosis están próximas a 1, lo que indica que estos datos no se alejan de la distribución normal. Dado que, dentro del instrumento se observó valores aceptables en la construcción de la escala, dando paso a la siguiente fase del análisis factorial exploratorio, lo que constituye en evidencia a favor de la validez de contenido (Sireci, 1998).

De acuerdo al análisis de ítems considerando estadísticos descriptivos, en la dimensión horizontal de los ítems (18, 19, 20, 21, 22, 23, 24,25), los valores de la correlación ítem- test corregida son superiores a 0.30, lo que señala que tienden a medir la misma variable, los valores de análisis por comunalidades de ítems superan el valor de 0.4. (Detrinidad, 2016). En tanto, las medidas de asimetría y las medidas de curtosis están próximas a 1, lo que indica que estos datos no se alejan de la distribución normal. Dado que, dentro del instrumento se observó valores aceptables en la construcción de la escala, dando paso a la siguiente fase del análisis factorial exploratorio, lo que constituye en evidencia a favor de la validez de contenido (Sireci, 1998).

De acuerdo al análisis de ítems considerando estadísticos descriptivos, en la dimensión transversal de los ítems (26, 27, 28, 29, 31,32, 33), los valores de la correlación ítem- test corregida son superiores a 0.30, lo que señala que tienden a medir la misma variable, los valores de análisis por comunalidades de ítems superan el valor de 0.4. (Detrinidad, 2016). En tanto, las medidas de asimetría y las medidas de curtosis están próximas a 1, lo que indica que estos datos no se alejan de la distribución normal. Dado que, dentro del instrumento se observó valores aceptables en la construcción de la escala, dando paso a la siguiente fase del análisis factorial exploratorio, lo que constituye en evidencia a favor de la validez de contenido (Sireci, 1998).

Al realizar la distribución de los ítems por factores, aplicado en la muestra inicial de (n=1000), se elaboró partiendo de la teoría de Arizcuren (2008) con su modelo de 4 dimensiones en donde cada una ellas consta de una cantidad de ítems en las dimensiones: descendente (9 ítems), ascendente (7 ítems), horizontal (8 ítems) y transversal (7 ítems); en tanto divide de manera adecuada este planteamiento teórico en base a las 4 dimensiones. Según lo realizado mediante el análisis factorial exploratorio del componente rotado propone una mejor estructura dejando las 4 dimensiones, ya que solo replantea algunos ítems y en las dimensiones: descendente (8 ítems), ascendente (8 ítems), horizontal (9 ítems) y transversal (6 ítems).

Respecto a los resultados hallados del análisis factorial confirmatorio en donde utilizamos la muestra de (n=1000), se pudo comprobar la distribución de las 4 dimensiones, obteniendo valores no adecuados en sus índices de bondad de ajuste; en los siguientes índices $\chi^2/gl = 5.887$, indicando no un buen ajuste (Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016), el valor CFI = 0.886, indicando un buen ajuste (Schreider, Stage, Nora & Barlow, 2006); además, el valor de GFI = 0.855 demostró un nivel adecuado. Por otro lado, el valor del RMSEA obtuvo un valor 0.070, indicando un valor adecuado. Por otro lado, los valores del TLI = 0.876 y SRMR = 0.040, indicaron valores adecuados (Ruiz, Pardo, San Martín, 2010).

Respecto a los resultados hallados del análisis factorial confirmatorio en donde utilizamos la muestra de (n=400), se pudo comprobar la distribución de las 4 dimensiones, obteniendo valores no adecuados en sus índices de bondad de ajuste; en los siguientes índices de $\chi^2/gl = 3.186$, indicando no un buen ajuste (Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016), el valor CFI = 0.869, indicando un buen ajuste (Schreider, Stage, Nora & Barlow, 2006); además, el valor de GFI = 0.849 demostró un nivel adecuado. Por otro lado, el valor del RMSEA obtuvo un valor 0.060, indicando un valor adecuado. Por otro lado, los valores del TLI = 0.832 y SRMR = 0.035, indicaron valores adecuados (Ruiz, Pardo, San Martín, 2010).

Respecto a los resultados hallados del análisis factorial confirmatorio **Modelo 1**, en donde utilizamos la muestra de (n=600), se pudo comprobar la distribución de las 4 dimensiones, obteniendo adecuados valores en sus índices de bondad de ajuste; en los siguientes índices $\chi^2/gl = 1.984$, indicando un buen ajuste (Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016),

el valor CFI = 0.902, indicando un buen ajuste (Schreider, Stage, Nora & Barlow, 2006); además, el valor de GFI = 0.770 demostró un nivel adecuado. Por otro lado, el valor del RMSEA obtuvo un valor 0.045, indicando un valor adecuado. Por otro lado, los valores del TLI = 0.894 y SRMR = 0.023, indicaron valores adecuados (Ruiz, Pardo, San Martín, 2010).

Respecto a los resultados hallados del análisis factorial confirmatorio **Modelo 2**, en donde utilizamos la muestra de (n=600), se pudo comprobar la distribución de las 4 dimensiones haciendo covarianza en los ítems (27 y 29), obteniendo adecuados valores en sus índices de bondad de ajuste; en los siguientes $X^2/gl = 1.731$, indicando un adecuado buen ajuste (Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016), el valor CFI = 0.927, indicando un buen ajuste (Schreider, Stage, Nora & Barlow, 2006); además, el valor de GFI = 0.905 demostró un nivel adecuado. Por otro lado, el valor del RMSEA obtuvo un valor 0.039, indicando un valor adecuado. Por otro lado, los valores del TLI = 0.921 y SRMR = 0.0425, indicaron valores adecuados (Ruiz, Pardo, San Martín, 2010).

Se realizó el análisis de la confiabilidad por dimensiones en donde utilizamos la muestra inicial de (n=1000), se evidencio que en las dimensiones (descendente, ascendente, horizontal y transversal); que comprenden a la variable global de comunicación organizacional interna, donde los valores aceptables en la confiabilidad se encuentran entre 0.85 y 0.96; ya que nos presentan resultado con un nivel alto fiabilidad y confiabilidad del 0.96 (Ventura y Caycho, 2017, párr. 9).

Dado que en la confiabilidad de la escala a través del método de consistencia interna analizado mediante el Coeficiente Omega de Mc Donald y Alfa de Cronbach, en la dimensión descendente, en donde utilizamos la muestra inicial de (n=1000), donde los valores aceptables en la confiabilidad se encuentran entre 0.70 y 0.90; ya que nos presentan resultado con un nivel alto fiabilidad y confiabilidad del 0.86 (Ventura y Caycho, 2017, párr. 9).

Dado que en la confiabilidad de la escala a través del método de consistencia interna analizado mediante el Coeficiente Omega de Mc Donald y Alfa de Cronbach, en la dimensión ascendente, en donde utilizamos la muestra inicial de (n=1000), donde los

valores aceptables en la confiabilidad se encuentran entre 0.70 y 0.90; ya que nos presentan resultado con un nivel alto fiabilidad y confiabilidad del 0.89 (Ventura y Caycho, 2017, párr. 9).

Dado que en la confiabilidad de la escala a través del método de consistencia interna analizado mediante el Coeficiente Omega de Mc Donald y Alfa de Cronbach, en la dimensión horizontal, en donde utilizamos la muestra inicial de (n=1000), donde los valores aceptables en la confiabilidad se encuentran entre 0.70 y 0.90; ya que nos presentan resultado con un nivel alto fiabilidad y confiabilidad del 0.90 (Ventura y Caycho, 2017, párr. 9).

Dado que en la confiabilidad de la escala a través del método de consistencia interna analizado mediante el Coeficiente Omega de Mc Donald y Alfa de Cronbach en la dimensión transversal, en donde utilizamos la muestra inicial de (n=1000), donde los valores aceptables en la confiabilidad se encuentran entre 0.70 y 0.90; ya que nos presentan resultado con un nivel alto fiabilidad y confiabilidad del 0.90 (Ventura y Caycho, 2017, párr. 9).

Por tanto, Por otro lado, la clasificación de las 4 dimensiones (descendente, ascendente, horizontal y transversal) se realizó la prueba no paramétrica de Kolmogorov-Smirnov, evidenciando que no se ajusta a una distribución normal; por tal motivo se utilizó la prueba no paramétrica U de Mann-Whitney, con la finalidad de observar si existen diferencias estadísticamente significativas en todos los grupos, encontrándose que en la mayoría de las dimensiones existe diferencias estadísticamente significativas, permitiendo analizar y establecer criterios de interpretación para cada grupo de puestos de trabajo.

Al realizar la clasificación de los grupos de cargos de trabajo y establecer criterios de puntuación e interpretación por cada uno; puesto que se realizaron baremos tomando en cuenta las diferencias estadísticamente significativas entre la escala total y las dimensiones del instrumento, logrando así realizar baremos por tipos de cargos de trabajo, para las dimensiones (descendente y horizontal) se estableció un baremo general para ambos cargos de trabajo, mientras que en las dimensiones (ascendente, transversal y global) se estableció dos baremos para dos tipos de cargos diferentes. Por último se establecieron 3 categorías (bajo, promedio, alto) para la escala total en ambos puesto y para los dos puestos diferentes en las dimensiones correspondientes (Matalinares, Muratta y Pareja, 2012, p.367).

Fue de gran importancia realizar la clasificación de los grupos de tipo de cargos y establecer criterios de puntuación e interpretación por cada uno; puesto que, según las teorías de baremos detallan lo siguiente Normas basadas en una variedad de calificaciones ocupacionales - Baremos de centro (Matalinares, Muratta y Pareja, 2012, p.367).

En base a las limitaciones de la presente investigación, precisamos la principal que es la representatividad que tuvo la muestra en la investigación, por ello se propone aplicar la escala creada en otras muestras para ver si estos resultados son replicables, ya que sólo se realizó la validez y confiabilidad en 2 puesto de trabajo en una empresa de colaboradores de Lima norte, y se podría buscar una amplitud en la población para que pueda ser mayor su representatividad y así contribuir con la validez externa y a la vez con la validez ecológica obteniendo así un instrumento psicológico representativo hacia la población en general (Argibay, 2009, párr. 5 - 6).

Por otro lado, el acceso a la muestra establecida que fueron personas con grados académicos diferentes tuvo algunas restricciones por el factor tiempo y se tiene poco acceso hacia ellos en un tiempo establecido. En tanto, se recomienda continuar con el estudio de la variable pues es motivo de diversos estudios en nuestro medio; además, en la práctica organizacional no se encuentra vigente su aplicación con el enfoque Humanista que pone como supuesto principal a las relaciones humanas laborales y enfoca a la importancia de comprender el desempeño en los sentimientos, las ideas y conductas de los colaboradores y gerentes en las organizaciones (Mayo, 1930).

Finalmente, se puede inferir que la Escala de comunicación organizacional interna 4 de Gonzales, ECOI – 4G, cuenta con un total de 31 ítems, clasificados en 4 dimensiones: descendente, ascendente, horizontal y transversal, los cuales demostraron niveles adecuados de validez y confiabilidad.

V. CONCLUSIONES

PRIMERA: Se realizó la construcción de una Escala de comunicación organizacional interna – 4G donde utilizamos una muestra final de 1000 en colaboradores de una empresa privada de Lima Metropolitana.

SEGUNDA: Se hallaron evidencias para la validez de contenido mediante el método de juicio de 10 expertos mediante la validez V. de Aiken ($p > 80$) y la prueba binomial ($p < 0.05$), lo cual permitió mantener los 33 ítems.

TERCERA: El análisis descriptivo de los ítems evidenció adecuados indicadores en cuanto a: el ítem test corregida; la comunalidad; la desviación estándar; el coeficiente de asimetría de Fisher; el coeficiente de curtosis de Fisher; para los treinta y tres ítems.

CUARTA: En cuanto a la validez de estructura interna mediante el análisis factorial exploratorio, se pudo establecer la organización de los ítems en 4 factores, tomando en cuenta los valores de prueba de esfericidad de Bartlett (sig. = .000) y el índice de adecuación muestral (KMO = 0.955).

QUINTA: En cuanto a la validez de estructura interna mediante el análisis factorial confirmatorio, Modelo 2 se verificó la pertinencia del modelo teórico para explicar la comunicación organizacional interna compuesta por cuatro dimensiones de acuerdo a la teoría de Arizcuren, evidenciando adecuados índices de ajuste: $X^2/gl = 1.731$, GFI = 0.905, CFI = 0.927, RMSEA = 0.039, SRMR = 0.0425 y TLI = 0.921.

SEXTA: Respecto al análisis de confiabilidad a través del método de consistencia interna de la Escala de comunicación organizacional interna – 4G se obtuvo mediante el coeficiente Alfa de Cronbach alcanzando un valor de 0.95 y el coeficiente de Omega de McDonald que alcanzó un valor de 0.96.

SEPTIMA: Se establecieron las normas de interpretación mediante percentiles para la escala de comunicación organizacional interna – 4G, con niveles de Bajo, Promedio, Alto; donde se realizaron baremos, aunque en las dimensiones (descendente y horizontal) , se

realizó un baremo general para ambos cargos de trabajo y en las dimensiones (ascendente, transversal y global), se establecieron baremos para dos cargos laborales diferentes, puesto que no se hallaron diferencias estadísticamente significativas.

VI. RECOMENDACIONES

- Continuar los estudios psicométricos en base al constructo comunicación organizacional interna en una muestra con mayor representatividad correspondiente a nuestra realidad.
- Examinar la confiabilidad del instrumento haciendo uso de otros procedimientos como lo son la confiabilidad temporal o la confiabilidad por formas paralelas.
- Se recomienda utilizar el instrumento siguiendo los criterios de calificación, debido a que se ha demostrado que posee niveles adecuados de validez y confiabilidad para una empresa en el rubro farmacéutico.
- Se recomienda aplicar otros procedimientos, como la relación conjunta con otras medidas, como la validez convergente, divergente, predictiva u otros, que contribuyan a evidenciar la validez por criterio de la Escala ECOI – 4G.
- Se recomienda aplicar y medir en otras muestras en diferentes profesionales con diferentes niveles académicos, en la Escala ECOI – 4G.

VII. REFERENCIAS

- Abad, F. et al. (2004). *Introducción a la Psicometría. Teoría Clásica de los Test y Teoría de la Respuesta al Ítem*. Madrid: Universidad Autónoma.
- Abad, F., Garrido, J., Olea, J., y Ponsoda, V. (2006). *Introducción a la Psicometría. Teoría Clásica de los Test y Teoría de la Respuesta al Ítem*. Madrid: Universidad Autónoma.
- Aguilera, J. (24 de septiembre de 2007). *Estado de la comunicación interna en las empresas latinoamericanas*. Gestipolis. Recuperado de <https://www.gestipolis.com/estado-comunicacion-interna-empresas-latinoamericanas>.
- Aiken, L. (1980). Content Validity and Reliability of Single Item sor Questionnaire. *Educational and Psychological Measurement*, 40, 955-959.
- Aiken, L. (1996). *Test psicológicos de evaluación*. México: Prentice-Hall.
- Alarcón, R. (2013). *Métodos y diseños de investigación del comportamiento*. Perú: Universidad Ricardo Palma Editorial Universitaria.
- Aliaga, J. (2006). *Psicometría. Test psicométricos, confiabilidad y validez.pdf*. Recuperado de [http://files.biblio15.webnode.cl/200000008-ada49ae9b5/Aliaga,%20J.%20\(2006\)%3B%20Psicometr%C3%ADa.%20Test%20psicom%C3%A9tricos,%20confiabilidad%20y%20validez.pdf](http://files.biblio15.webnode.cl/200000008-ada49ae9b5/Aliaga,%20J.%20(2006)%3B%20Psicometr%C3%ADa.%20Test%20psicom%C3%A9tricos,%20confiabilidad%20y%20validez.pdf)
- Aliaga, J. (junio, 2007). *Psicometría: Tests Psicométricos, Confiabilidad y Validez.pdf*. Recuperado de http://blog.uca.edu.ni/kurbina/files/2011/06/test-psicometrico_confiabilidad-y-validez.pdf
- Andrade R., H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna. Proceso, disciplina y técnica*. España: Netbiblo.
- Anthoine, E., Moret, L., Regnault, A., Sbille, V. & Hardouin, J. (2014) (2014). Tamaño de muestra utilizado para validar una escala: una revisión de Publicaciones sobre pacientes recién desarrollados informadas medidas de resultados. *Health and Quality of Life Outcomes*, 12 – 176.

- Argibay, J. (2009). Muestra en investigación cuantitativa. *Subjetividad y Procesos Cognitivos*, 13 (1), 13-29. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=339630252001>
- Argibay, J. (abril, 2006). Técnicas psicométricas. Cuestiones de validez y confiabilidad. *Subjetividad y Procesos Cognitivos*. Revista *Subjetividad Y Procesos Cognitivos*, (8), 15-33.
- Arizcuren, A. *et al.* (2008). *Guía de buenas prácticas de comunicación interna*. España: FEAPS.
- Armas, J. (2014). La comunicación interna y clima laboral en la empresa de telecomunicaciones Call Center de la ciudad de Quetzaltenango, Guatemala (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Armas-Jose.pdf>
- Asociación de Directivos de la Comunicación (2010). El estado de la Comunicación en España 2010 [Diapositivas]. España: Dircom.
- Ato, M., López, J. y Benavente, A. (octubre, 2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Revista Anales de Psicología*, 29 (3), 1038-1059.
- Balarezo, B. (2014). La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6696/1/132%20o.e.pdf>
- Barbero, M., Vila, E. y Holgado, F. (2015). *Psicometría*. Madrid, España: Sanz y Torres.
- Bendezú (2016). La comunicación interna y su incidencia en el fortalecimiento de la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de la Perla (Título de licenciatura). Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4942/Bendezu_ts.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación, (administración, economía, humanidades y ciencias sociales)*. (3.^a ed.). Colombia: Pearson Educación.

- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3.^a ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Brandolini, A., González, M. y Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna. Claves para una gestión exitosa*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Castro, A. (2014). *Comunicación Organizacional (Técnicas y Estrategias)*. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.
- Cervantes, V. (2005). Interpretaciones del coeficiente alpha de Cronbach. Avances en medición, medición, 3, 9-28. Recuperado de http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/1113/8574/8604/Articulo_1_Alfa_de_Cronbach_9-28_2.pdf
- Chaves, N. (2010). *La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional. Diseño disciplina y técnica*. (3.^a ed.). Barcelona España: Gustavo Gili.
- Contreras, S. y Novoa, F. (2018). Ventajas del alfa ordinal respecto al alfa de Cronbach ilustradas con la encuesta AUDIT-OMS. *Rev Panam Salud Pública*, 42, 1-6.
- Corral, Y. (junio, 2009). *Revistas de Ciencias de la Educación Vol. 19, (33). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. Venezuela*. Recuperado de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n33/art12.pdf>
- Cupani, M. (2012). Análisis de Ecuaciones Estructurales: conceptos, etapas de desarrollo y un ejemplo de aplicación. *Revista Tesis*, 2(1), 186-199 recuperado de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/tesis/article/view/2884>
- Detrinidad, E. (2016). *Análisis Factorial Exploratorio y Confirmatorio aplicado al modelo de secularización propuesto por Inglehart-Norris. Periodo 2010-2014 (Estudio de caso España, Estados Unidos, Alemania, Holanda) WSV*. (Tesis de Maestría, Universidad De Granada).
- Domínguez, S. (Abril/junio, 2012). Propuesta para el cálculo del alfa ordinal y Theta Armor. *Revista de investigación en psicología*, 15 (1), 213-217.

- Domínguez, S. y Merino, C. (Julio/diciembre, 2015). ¿Por qué es importante reportar los intervalos de confianza del coeficiente alfa de Cronbach? *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13 (2), 1326-1328.
- Elosua, P. y Zumbo, B. (2008). Coeficientes de fiabilidad para escalas de respuesta categórica ordenada. *Revista Psicothema*, 20 (4), 896-901.
- Escobedo, M., Hernández, J., Estebané, V., Martínez, G., 2016. Modelos de Ecuaciones Estructurales: Características, Fases, Construcción, Aplicación y Resultados. *Cienc Trab.* (2016); 18 (55), 16-22).
- Escurra, L. (1988). Cuantificación de la Validez de Contenido por el Criterio de Jueces. *Revista de Psicología de la PUCP*, 6 (1-2), 103-111.
- Fernández, A. (2015). Aplicación del análisis factorial confirmatorio a un modelo de medición del rendimiento académico en lectura. *Ciencias económicas*, 33(2), 39-66
Recuperado de
<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/download/22216/23751>
- Fernández, D. (2010). *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente*. Madrid, España: Paraninfo.
- Fernández, E. (2010). *Administración de Empresas, un enfoque interdisciplinario*. Madrid, España: Paraninfo.
- Fernández, J. (2012). *Fundamento de la Organización de Empresas, Breve historia del Management*. Madrid, España: Narcea.
- Fernández, M., Cayssials, A., y Pérez, M. (2009). *Curso básico de psicometría. Teoría clásica*. Argentina: Lugar Editorial.
- Fernández, S. (2011). *Análisis Factorial*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
Recuperado de
<http://www.fuenterrebollo.com/Economicas/ECONOMETRIA/MULTIVARIANT E/FACTORIAL/analisis-factorial.pdf>
- Fracica, G. (1988). *Modelo de simulación en muestro*. Bogotá, Colombia: Universidad de La Sabana.

- George, D., y Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 11.0 update (4ª ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- González, E. (2014). *Comunicación efectiva factor determinante en el desempeño laboral del personal de la dirección de recursos humanos de la policía del Estado Carabobo*. (Tesis de Magíster). Recuperado de <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/2454/egonzalez.pdf?sequence=1>
- González, F. (2007). *Instrumentos de evaluación psicológica*. Cuba: Ciencias Médicas. Recuperado de: http://newpsi.bv.psi.org.br/ebooks2010/en/Acervo_files/InstrumentosEvaluacionPsicologica.pdf
- Hoel, P. (1976). *Introducción a la Estadística Matemática*. Barcelona: Ariel.
- Infanzón, G. (2017). *Percepción sobre la comunicación interna en la Empresa Minera G&M Madre de Dios – Huepetue* (Tesis de licenciatura). Recuperado de http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/919/Gandy%20Infaz%20B3n_Tesis_Bachiller_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jany, J. (1994) *Investigación integral de mercados*. Bogotá, Colombia: Mc Graw-Hill.
- Judge, T. y Robbins, S. (2009). *Comportamiento Organizacional*. (14.ª ed). México: Pearson Educación.
- Kreps, (1990). *La comunicación en las organizaciones*. Londres: Longman Publishing Group Laboral de los trabajadores de la Empresa Gap De Trujillo (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12268/Roncal%20Armas%20Robin%20Jesep%20-%20Zelada%20Vera%20Julio%20Cesar.pdf?sequence=1>
- López, L. (2015). *La comunicación organizacional como ventaja competitiva en la municipalidad provincial de Andahuaylas* (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/193/04-2015-EPAE-Lopez%20Alarcon%20Comunicacion%20organizacional%20como%20ventaja%20>

competitiva%20en%20la%20Municipalidad%20Provincial%20de%20Andahuaylas
%2c%202014.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Martínez, R., Hernández, J. y Hernández, V. (2014). *Psicometría*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Martínez, R., Hernández, J., & Hernández, V. (2006). *Psicometría*. Madrid: Alianza editorial.
- McDonald, R. (1999). *Test Theory: A unified treatment*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Meneses, J. et al. (2013). *Psicometría*. Barcelona, España: UOC.
- Meneses, J., Barrios, M., Bonillo, A., Cosculluela, A., Lozano, L., Turbany, J. y Valero, S. (2013). *Psicometría*. Barcelona: UOC.
- Montero y Rodríguez. (2013). Comunicación interna y gestión organizacional en la Institución Educativa Micaela Bastidas, distrito de Iquitos, 2013 (Tesis de maestría). Recuperado de <http://dspace.unapiquitos.edu.pe/bitstream/unapiquitos/395/1/tesis%20completa.pdf>
- Montero, I., y León, O. (2001). Usos y costumbres metodológicos en la Psicología española: un análisis a través de la vida de Psicothema (1990-1999). *Revista Psicothema*, 13 (4), 671-677.
- Montero, I., y León, O. (2002). Clasificación y descripción de las metodologías de investigación en psicología. *Revista Internacional de Psicología Clínica y de la Salud*. 2 (3), 503-508.
- Montoya, O. (Mayo/julio, 2007). Aplicación del análisis factorial a la investigación de mercados. Caso de estudio. *Scientia et Technica*, 13(35), 281-286.
- Muñiz, J. (2003). *Teoría clásica de los test*. Madrid; Ediciones Pirámide.
- Muratta, R., Pareja, A. y Matalinares. (2012). *Construcción de Instrumentos para Psicología y Educación*. Lima, Perú: Centro de Producción Editorial e Imprenta de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos – CEPREDIM.

- Muratta, R., Pareja, A. y Matalinares. (2012). *Construcción de Instrumentos para Psicología y Educación*. Lima, Perú: Centro de Producción Editorial e Imprenta de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos – CEPREDIM.
- Murray, S. (1990). *Estadística*. España: McGraw-Hill.
- Newstrom, J. (2011). *Comportamiento humano en el trabajo*. (13.^{va} ed.) México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Niño, V. (2011). *Metodología de la Investigación (Diseño y ejecución)*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Nunnally, J. y Bernstein, I. (1995). *Teoría Psicométrica*. (3.^a ed.). México: Mc Graw Hill.
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2011). *Metodología de la investigación científica y asesoramiento de tesis*. Lima: Editorial Humberto Ñaupas Paitan.
- Palella, S. y Martins, F. (2003). *Metodología de la Investigación cuantitativa*. Caracas: Fedupel.
- Quiroz, E. (2016). *Estilos de liderazgo y comunicación organizacional en los trabajadores de Hidrandina S.A. – Chepén (Tesis de Magíster)*. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/7673/Quiroz_HEB.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramos, E. (2015). *La comunicación interna y su incidencia en la productividad de la cooperativa de ahorro, crédito y vivienda la merced Ltda., en la ciudad de Ambato, (Tesis de Licenciatura)*. Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/13947/1/397%20MKTsp.pdf>
- Roncal, R y Zelada, J. (2017). *La comunicación interna y su incidencia en el desempeño*. Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12268/Roncal%20Armas%20Robin%20Jesep%20%20Zelada%20Vera%20Julio%20Cesar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ruiz, M. A., Pardo, A., & San Martín, R. (2011). Modelos de Ecuaciones Estructurales. *Papeles del Psicólogo*. (2010); 31(1), 34–45.

- Salazar, C. y Serpa, A. (Octubre/noviembre, 2017). Análisis confirmatorio y coeficiente Omega como propiedades psicométricas del instrumento Clima Laboral de Sonia Palma. *Revista de Investigación en Psicología*, 20(2), 377-388.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2015). *Metodología de la Investigación y Diseños en la Investigación Científica*. Lima, Perú: Visión Universitaria.
- Sánchez, H., y Reyes. (2002). *Metodología y diseño en la investigación*. (2.^{da} ed.). Lima, Perú Universidad Ricardo Palma. Editorial Universitaria.
- Siccha, E. (2016). La comunicación organizacional interna en la Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera (Tesis de licenciatura). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/457/siccha_fe.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Schreider, J., Stage, F., Nora, A. & Barlow, E. (2006). Reporting estructurales equation modeling and confirmatority factor analysis results. *A review: The Journal of Education Research*, 99 (6), 323-337.
- Sierra, R. (2001). *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo S.A.
- Siegel, S. (1980). *Estadísticas no Paramétricas Aplicadas a las Ciencias de la Conducta*. México: Trillas.
- Sireci, S. G. (1998). The construct of content validity. *Social Indicators Research*, 45, 83-117.
- Stevens, S. J. (1960). *Matemáticas, Measurement and Psychophysics*. Handbook of Experimental Psychology. New York: Wiley.
- Tuesta, N. (2013). Autoevaluación de la calidad de comunicación organizacional interna en la institución educativa “Santo Toribio de Mogrovejo-Zaña” 2010 (Tesis de maestría). Recuperado de <https://www.educaycrea.com/wp-content/uploads/2012/12/Articulo-Sobre-Comunicacion-Organizacional.pdf>
- Umaña, A. (2015). Comunicación interna y satisfacción laboral (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Una%F1a-Angela.pdf>

Valderrama, S. (2007). Pasos para elaborar proyecto y tesis de investigación científica. Perú: San Marcos.

Valderrama, S. (2013). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica. Cualitativa, cuantitativa y mixta. (2°. ed.). Perú: San Marcos

Ventura, J. y Caycho, T. (2017). El coeficiente Omega: un método alternativo para la estimación de la confiabilidad. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 15 (1), 625-627. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/773/77349627039.pdf>

Anexo 1. Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS	MÉTODO	INSTRUMENTO
"Construcción de una Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018"	¿Es posible construir la Escala de comunicación organizacional interna que evidencia propiedades psicométricas adecuadas en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018?	General	Diseño y tipo	La escala de Comunicación Organizacional Interna creado por Gonzales (2018), cuenta con una confiabilidad interna general obtenida mediante el Coeficiente de Omega de 0.96 mostrando una alta consistencia interna en una muestra aplicada en 1000 colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitanano.
		Diseñar y validar la Escala de comunicación organizacional interna que evidencia propiedades psicométricas adecuada en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.	Diseño Instrumental Tipo Tecnológico – Psicométrico	
		Específicos	Población - muestra	
		O1. Determinar la validez de contenido de la Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.	1050 colaboradores de una empresa.	
		O2. Realizar el análisis descriptivo de los ítems de la Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.	Muestra = 1000 colaboradores de una empresa.	
		O3. Establecer la validez de estructura interna mediante el análisis factorial exploratorio para la Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.	Estadísticos	
		O4. Determinar la validez de estructura interna mediante el análisis factorial confirmatorio para la Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.	Estadística: - V. de Aiken. - Intervalo de confianza. - Prueba Binomial. - Análisis descriptivo de los ítems (Ritc, comunalidades, desviación estándar, coeficiente de asimetría y curtosis de Fisher). - Análisis Factorial Exploratorio y Confirmatorio. - Coeficiente de Omega de McDonald y Alfa de Cronbach. - Prueba de U de Mann Whitney - Normas de Interpretación BAREMOS	
		O5. Hallar la confiabilidad mediante el alfa ordinal para la Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.		
		O6. Hallar coeficiente de omega para la Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.		
		O7. Elaborar las normas de interpretación para la Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.		
O8. Elaborar el manual de la Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018.				

Anexo2. Instrumento versión final

ESCALA ECOI – 4G (Nicole Jennifer Gonzales Mego)

Área: _____ Cargo: _____

Edad: _____ Fecha: _____

Sexo: F M

Indicaciones:

La presente escala es para que se pueda mejorar aspectos de su área de trabajo. Lea con atención el contenido de cada pregunta y marca con un aspa (X) una de las cinco alternativas de respuesta relacionado con su área de trabajo, No hay respuestas buenas o malas. Lo importante es que sea sincero(a) al responder.

Nº	Ítems	Nunca	Casi nunca	A veces si / A veces no	Casi siempre	Siempre
1	Obtiene toda la información necesaria para la realización eficaz de su trabajo.					
2	Su jefe emplea un lenguaje claro y sencillo, cuando se dirige a usted.					
3	Las indicaciones brindadas por su jefe son claras.					
4	Se encuentra satisfecho con las instrucciones brindadas por su jefe para realizar efectivamente su trabajo.					
5	Existe adecuada retroalimentación del jefe de área a los integrantes.					
6	Su jefe les brinda herramientas adecuadas que permitan una comunicación fluida.					
7	Los jefes y superiores transmiten de manera clara, los valores y principios de la empresa.					
8	Sus jefes y superiores escuchan sus ideas y comentarios.					
9	Recibe información oportuna de su jefe sobre su desempeño laboral.					
10	Mantiene una buena comunicación con su jefe.					
11	Cuanto tiene dudas, lo consulta con su jefe.					
12	Tiene libertad para manifestar su desacuerdo a su jefe.					
13	Sus superiores le brindan confianza para expresar sus ideas.					
14	Considera que los comentarios y sugerencias, brindadas a sus superiores son tomados en cuenta.					

15	Puede confiar sus problemas personales a su jefe.					
16	Usualmente en la organización se realizan reuniones con los jefes.					
18	La comunicación entre compañeros favorece el adecuado intercambio de ideas.					
19	Considera que, en su área de trabajo, la comunicación facilita la coordinación.					
20	Es sencillo dialogar con los miembros de su área de trabajo.					
21	La comunicación entre compañeros de su área de trabajo es fluida.					
22	Entre los compañeros de área se da una coordinación oportuna.					
23	Existe un clima de confianza entre los compañeros de su área.					
24	En el área de trabajo se comparte información.					
25	Considera eficaz, la comunicación que se da entre sus compañeros de área de trabajo.					
26	Entre las áreas de trabajo realizan un trabajo coordinado.					
27	La información que se emite entre otras áreas es organizada.					
28	Existe apoyo mutuo entre diferentes áreas de trabajo.					
29	Existe adecuada integración entre todas las áreas de trabajo.					
31	Es fácil contactarse con otras áreas de su trabajo.					
32	Consideras que entre los jefes de área se comparte información clara.					
33	La coordinación de actividades con otras áreas de trabajo es fluida.					

Gracias por completar la escala!!

Anexo 3. Instrumento versión preliminar

ESCALA ECOI – 4G (Nicole Jennifer Gonzales Mego)

Área: _____ **Cargo:** _____

Edad: _____ **Fecha:** _____

Sexo: F M

Indicaciones:

La presente escala es para que se pueda mejorar aspectos de su área de trabajo. Lea con atención el contenido de cada pregunta y marca con un aspa (X) una de las cinco alternativas de respuesta relacionado con su área de trabajo, No hay respuestas buenas o malas. Lo importante es que sea sincero(a) al responder.

Nº	Ítems	Nunca	Casi nunca	A veces si / A veces no	Casi siempre	Siempre
1	Obtiene toda la información necesaria para la realización eficaz de su trabajo.					
2	Su jefe emplea un lenguaje claro y sencillo, cuando se dirige a usted.					
3	Las indicaciones brindadas por su jefe son claras.					
4	Se encuentra satisfecho con las instrucciones brindadas por su jefe para realizar efectivamente su trabajo.					
5	Existe adecuada retroalimentación del jefe de área a los integrantes.					
6	Su jefe les brinda herramientas adecuadas que permitan una comunicación fluida.					
7	Los jefes y superiores transmiten de manera clara, los valores y principios de la empresa.					
8	Sus jefes y superiores escuchan sus ideas y comentarios.					
9	Recibe información oportuna de su jefe sobre su desempeño laboral.					
10	Mantiene una buena comunicación con su jefe.					
11	Cuanto tiene dudas, lo consulta con su jefe.					
12	Tiene libertad para manifestar su desacuerdo a su jefe.					
13	Sus superiores le brindan confianza para expresar sus ideas.					
14	Considera que los comentarios y sugerencias, brindadas a sus superiores son tomados en cuenta.					

15	Puede confiar sus problemas personales a su jefe.					
16	Usualmente en la organización se realizan reuniones con los jefes.					
17	La organización establece un buzón de sugerencias para los colaboradores.					
18	La comunicación entre compañeros favorece el adecuado intercambio de ideas.					
19	Considera que, en su área de trabajo, la comunicación facilita la coordinación.					
20	Es sencillo dialogar con los miembros de su área de trabajo.					
21	La comunicación entre compañeros de su área de trabajo es fluida.					
22	Entre los compañeros de área se da una coordinación oportuna.					
23	Existe un clima de confianza entre los compañeros de su área.					
24	En el área de trabajo se comparte información.					
25	Considera eficaz, la comunicación que se da entre sus compañeros de área de trabajo.					
26	Entre las áreas de trabajo realizan un trabajo coordinado.					
27	La información que se emite entre otras áreas es organizada.					
28	Existe apoyo mutuo entre diferentes áreas de trabajo.					
29	Existe adecuada integración entre todas las áreas de trabajo.					
30	Existe apoyo mutuo entre diferentes áreas de trabajo.					
31	Es fácil contactarse con otras áreas de su trabajo.					
32	Consideras que entre los jefes de área se comparte información clara.					
33	La coordinación de actividades con otras áreas de trabajo es fluida.					

Gracias por completar la escala!!

Anexo 4. Tabla de Renumeración con el formato final después de los análisis psicométricos

Items	Numeración Original	Numeración Final	Condición
Obtiene toda la información necesaria para la realización eficaz de su trabajo.	1	1	
Su jefe emplea un lenguaje claro y sencillo, cuando se dirige a usted.	2	2	
Las indicaciones brindadas por su jefe son claras.	3	3	
Se encuentra satisfecho con las instrucciones brindadas por su jefe para realizar efectivamente su trabajo.	4	4	
Existe adecuada retroalimentación del jefe de área a los integrantes.	5	5	
Su jefe les brinda herramientas adecuadas que permitan una comunicación fluida.	6	6	
Los jefes y superiores transmiten de manera clara, los valores y principios de la empresa.	7	7	
Sus jefes y superiores escuchan sus ideas y comentarios.	8	8	
Recibe información oportuna de su jefe sobre su desempeño laboral.	9	9	
Mantiene una buena comunicación con su jefe.	10	10	
Cuanto tiene dudas, lo consulta con su jefe.	11	11	
Tiene libertad para manifestar su desacuerdo a su jefe.	12	12	
Sus superiores le brindan confianza para expresar sus ideas.	13	13	
Considera que los comentarios y sugerencias, brindadas a sus superiores son tomados en cuenta.	14	14	
Puede confiar sus problemas personales a su jefe.	15	15	
Usualmente en la organización se realizan reuniones con los jefes.	16	16	
La organización establece un buzón de sugerencias para los colaboradores.	17		*
La comunicación entre compañeros favorece el adecuado intercambio de ideas.	18	17	
Considera que, en su área de trabajo, la comunicación facilita la coordinación.	19	18	
Es sencillo dialogar con los miembros de su área de trabajo.	20	19	
La comunicación entre compañeros de su área de trabajo es fluida.	21	20	
Entre los compañeros de área se da una coordinación oportuna.	22	21	
Existe un clima de confianza entre los compañeros de su área.	23	22	
En el área de trabajo se comparte información.	24	23	

Considera eficaz, la comunicación que se da entre sus compañeros de área de trabajo.	25	24	
Entre las áreas de trabajo realizan un trabajo coordinado.	26	25	
La información que se emite entre otras áreas es organizada.	27	26	
Existe apoyo mutuo entre diferentes áreas de trabajo.	28	27	
Existe adecuada integración entre todas las áreas de trabajo.	29	28	
Existe apoyo mutuo entre diferentes áreas de trabajo.	30		*
Es fácil contactarse con otras áreas de su trabajo.	31	29	
Consideras que entre los jefes de área se comparte información clara.	32	30	
La coordinación de actividades con otras áreas de trabajo es fluida.	33	31	

*** Ítems eliminados**

Anexo 5. Carta de presentación - Piloto



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"Año del Dialogo y la Reconciliación Nacional"

Los Olivos, 13 de junio de 2018

CARTA INV. N° 522 - 2018/EP/PSI. UCV LIMA-LN

Sr. (a)
Angélica Chapañan Orderique
Jefa de Recursos Humanos
CORPORACIÓN BOTICAS PERÚ SAC
Jr. Baltazar Grados N° 794 (Alt. Cuadra 11-12 Av. Bilingusst Zona D) – San Juan De Miraflores

Presente.-

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez solicitar autorización para la Srta. **GONZALES MEGO, NICOLE JENNIFER** estudiante de la Carrera de Psicología, quien desea realizar su trabajo de investigación sobre: "**CONSTRUCCIÓN DE UNA ESCALA DE COMUNICACIÓN INTERNA ORGANIZACIONAL, 2018**", agradecemos por antelación le brinde las facilidades del caso, en la entidad que está bajo su Dirección.

En esta oportunidad hago propicia la ocasión para renovarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,




Mgtr. Melisa Sevillano Gamboa
Coordinadora Académica de la
Escuela Profesional de Psicología
Filial Lima Campus Lima Norte


Angélica Chapañan Orderique
Jefe RR. HH.
Corporación Boticas Perú S.A.C.
R.U.C. 20515346113

MSG/ALF

LIMA NORTE Av. Alfredo Mendiola 6232, Los Olivos. Tel. :(+511) 202 4342 Fax: :(+511) 202 4343
LIMA ESTE Av. del Parque 640, Urb. Canto Rey, San Juan de Lurigancho Tel. :(+511) 200 9030 Anx.: 2510
ATE Carretera Central Km. 8.2 Tel. :(+511) 200 9030 Anx.: 8184
CALLAO Av. Argentina 1795 Tel. :(+511) 202 4342 Anx.: 2650

Anexo 6. Carta de presentación – Muestra final



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"Año del Dialogo y la Reconciliación Nacional"

Los Olivos, 11 de setiembre de 2018

CARTA INV. N° 675 - 2018/EP/PSI. UCV LIMA-LN

Sr. (a)
Angélica Chapoñan Orderique
Jefa de Recursos Humanos
CORPORACIÓN BOTICAS PERÚ SAC
Jr. Baltazar Grados N° 794 (Alt. Cuadra 11-12 Av. Bilinghust Zona D) – San Juan De Miraflores

Presente.-


De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez solicitar autorización para la Srta. **GONZALES MEGO, NICOLE JENNIFER** estudiante de la Carrera de Psicología, quien desea realizar su trabajo de investigación sobre: **"CONSTRUCCIÓN DE UNA ESCALA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA, 2018"**, agradecemos por antelación le brinde las facilidades del caso, en la entidad que está bajo su Dirección.

En esta oportunidad hago propicia la ocasión para renovarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.


Atentamente,




Mgtr. Melisa Sevillano Gamboa
Coordinadora Académica de la
Escuela Profesional de Psicología
Filial Lima Campus Lima Norte

MSG/ALF

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.


Angélica Chapoñan Orderique
JEFE RR HH
Corporación Boticas Perú S.A.C.
RUC 2012046113



ucv.edu.pe

Anexo 7. Carta de autorización

“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

Los Olivos, 14 de setiembre de 2018.

Sra. Angélica Chapoñan Orderique
Jefa de Recursos Humanos

Corporación Boticas Perú SAC

Jr. Baltazar Grados N° 794 (Alt. Cuadra 11-12 Av. Billinghusst Zona D) – San Juan De Miraflores

Presente. –

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a ustedes, para expresarles mi cordial saludo de parte de la **Corporación Boticas Perú**, para hacerle conocimiento que estaremos dándole las facilidades respectivas a la Estudiante de Psicología **NICOLE JENNIFER GONZALES MEGO** Identificada con **DNI 47906588**, por tanto autorizo que se lleve a cabo la aplicación de su Escala de Comunicación Organizacional Interna, para fines académicos de investigación en nuestra Corporación.

Sin otro particular me despido de antemano.

Atentamente.



Angélica Chapoñan Orderique
JEFE RR. HH
Corporación Boticas Perú S.A.C.
R.U.C. 20215346113

Sra. Angélica Chapoñan Orderique

Jefa de RR. HH

Anexo 8. Consentimiento Informado



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado Colaborador:

.....

Con el debido respeto me presento a usted, mi nombre es **Nicole Jennifer Gonzales Mego**, interno de Psicología de la Universidad César Vallejo – Lima. En la actualidad me encuentro realizando una investigación sobre **Construcción de una Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018**; y para ello quisiera contar con su valiosa colaboración. El proceso consiste en la aplicación de la: **Escala de Comunicación Organizacional Interna**. De aceptar participar en la investigación, afirmo haber sido informado de todos los procedimientos de la investigación. En caso tenga alguna duda con respecto a algunas preguntas se me explicará cada una de ellas.

Gracias por su colaboración.

Atte. Nicole Jennifer Gonzales Mego

ESTUDIANTE DE LA EP DE PSICOLOGÍA
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Yo.....
con número de DNI: acepto participar en la investigación **Construcción de una Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018** de la señorita **Nicole Jennifer Gonzales Mego**.

Día:/...../.....

Firma

Anexo 9. Resultado de estudio piloto

Tabla 17

Evidencia de validez de contenido de la comunicación organizacional interna por V de Aiken

Ítem	CLARIDAD												PERTINENCIA												RELEVANCIA												V.AIKEN GENERAL	
	Jueces												Jueces												Jueces													
	J1	J2	J3	J4	J5	J6	J7	J8	J9	J10	S	V. AIKEN	J1	J2	J3	J4	J5	J6	J7	J8	J9	J10	S	V. AIKEN	J1	J2	J3	J4	J5	J6	J7	J8	J9	J10	S	V.AIKEN		
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	8	0.8	0.93		
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	0.97	
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	9	0.9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	0.97	
4	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9	0.9	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	7	0.7	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	7	0.7	0.77	
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	9	0.9	0.97	
6	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9	0.9	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.8	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	7	0.7	0.80	
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1.00	
8	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	8	0.8	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	8	0.8	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	8	0.8	0.80
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9	0.97	
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	9	0.9	0.97	
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	9	0.9	0.97		
12	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9	0.9	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	7	0.7	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	0.9	0.83
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1.00
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1.00
15	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	7	0.7	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	6	0.6	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	7	0.7	0.67	
16	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	0.8	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	8	0.8	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	0.8	0.80	
17	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	9	0.9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	0.93	
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1.00	
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	9	0.9	0.97	

20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1.00					
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	9	0.9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9	0.93
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9	0.97	
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	8	0.8	0.93
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1.00
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1.00
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	7	0.7	0.90	
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1.00
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1.00
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1.00
30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00		
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1.00

Como se puede observar en la tabla 17, se obtuvo una adecuada calificación por parte de los jueces que analizaron la prueba, de esta manera todos los ítems cumplieron los criterios de pertinencia, relevancia y claridad. Pues según indica Aiken (1996), cuando el porcentaje de acuerdo entre los evaluadores es mayor o igual a 0.80, se admiten los reactivos. Sin embargo los ítems 15 y 30 por tener un puntaje menor a 0.80 se modifica o se eliminan según criterio de jueces Por tanto, fueron aceptados los 31 ítems de la Escala de comunicación organizacional interna – 4G.

De tal modo, tanto a través de la prueba binomial como mediante la V. de Aiken hay evidencias de la Escala de comunicación organizacional interna – 4G reúne evidencias de validez de contenido.

Tabla 18*Evidencia de validez de contenido de la comunicación organizacional interna por V de Aiken de Intervalos de confianza*

N° Ítems	CLARIDAD			PERTINENCIA			RELEVANCIA		
	Intervalos de confianza			Intervalos de confianza			Intervalos de confianza		
	V. Aiken	Límite Inferior	Límite Superior	V. Aiken	Límite Inferior	Límite Superior	V. Aiken	Límite Inferior	Límite Superior
1	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	0.80	0.49	0.94
2	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00
3	1.00	0.72	1.00	0.90	0.60	0.98	1.00	0.72	1.00
4	0.90	0.60	0.98	0.80	0.49	0.94	0.70	0.40	0.89
5	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	0.90	0.60	0.98
6	0.90	0.60	0.98	0.80	0.49	0.94	0.60	0.31	0.83
7	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00
8	0.80	0.49	0.94	0.80	0.49	0.94	0.80	0.49	0.94
9	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	0.90	0.60	0.98
10	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	0.90	0.60	0.98
11	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	0.90	0.60	0.98
12	0.90	0.60	0.98	0.80	0.49	0.94	0.90	0.60	0.98
13	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	0.98
14	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00
15	0.70	0.40	0.89	0.50	0.24	0.76	0.70	0.40	0.89
16	0.80	0.49	0.94	0.90	0.60	0.98	0.80	0.49	0.94
17	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00
18	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00
19	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	0.90	0.60	0.98
20	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00
21	1.00	0.72	1.00	1.00	0.60	0.98	0.90	0.60	0.98
22	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	0.90	0.60	0.98
23	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	0.80	0.49	0.94
24	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00

25	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00
26	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	0.70	0.72	0.89
27	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	1.00	0.40	1.00
28	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00
29	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00
30	0.00	0.00	0.28	0.00	0.00	0.28	0.00	0.00	0.28
31	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00
32	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00	1.00	0.72	1.00
33	1.00	0.72	1.00	1.00	0.60	0.98	0.90	0.60	0.98

Tabla 19

Evidencia de validez de contenido de la comunicación organizacional interna por prueba binomial

		Prueba binomial – Pertinencia					Prueba binomial – Relevancia					Prueba binomial - Claridad				
	Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)	Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)	Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)	
JUEZ_1	Grupo 1	1	28	,85	,50	,000	1	30	,91	,50	,000	1	30	,91	,50	,000
	Grupo 2	0	5	,15			0	3	,09		0	3	,09			
	Total		33	1,00				33	1,00			33	1,00			
JUEZ_2	Grupo 1	1	28	,85	,50	,000	1	28	,85	,50	,000	1	28	,85	,50	,000
	Grupo 2	0	5	,15			0	5	,15		0	5	,15			
	Total		33	1,00				33	1,00			33	1,00			
JUEZ_3	Grupo 1	1	29	,88	,50	,000	1	28	,85	,50	,000	1	29	,88	,50	,000
	Grupo 2	0	4	,12			0	5	,15		0	4	,12			
	Total		33	1,00				33	1,00			33	1,00			
JUEZ_4	Grupo 1	1	31	,94	,50	,000	1	29	,88	,50	,000	1	31	,94	,50	,000
	Grupo 2	0	2	,06			0	4	,12		0	2	,06			
	Total		33	1,00				33	1,00			33	1,00			
JUEZ_5	Grupo 1	1	32	,97	,50	,000	1	31	,94	,50	,000	1	31	,94	,50	,000
	Grupo 0	0	1	,03			0	2	,06		0	2	,06			

	2															
	Total		33	1,00			33	1,00			33	1,00				
JUEZ_6	Grupo 1	1	32	,97	,50	,000	1	31	,94	,50	,000	1	32	,97	,50	,000
	Grupo 2	0	1	,03			0	2	,06			0	1	,03		
	Total		33	1,00				33	1,00				33	1,00		
JUEZ_7	Grupo 1	1	29	,88	,50	,000	1	32	,97	,50	,000	1	32	,97	,50	,000
	Grupo 2	0	4	,12			0	1	,03			0	1	,03		
	Total		33	1,00				33	1,00				33	1,00		
JUEZ_8	Grupo 1	1	32	,97	,50	,000	0	4	,12	,50	,000	1	32	,97	,50	,000
	Grupo 2	0	1	,03			1	29	,88			0	1	,03		
	Total		33	1,00				33	1,00				33	1,00		
JUEZ_9	Grupo 1	1	32	,97	,50	,000	0	6	,18	,50	,000	1	32	,97	,50	,000
	Grupo 2	0	1	,03			1	27	,82			0	1	,03		
	Total		33	1,00				33	1,00				33	1,00		
JUEZ_10	Grupo 1	1	26	,79	,50	,001	1	26	,79	,50	,001	1	32	,97	,50	,000
	Grupo 2	0	7	,21			0	7	,21			0	1	,03		
	Total		33	1,00				33	1,00				33	1,00		

En la tabla 19, se observa que para los ítems que componen la variable comunicación organizacional interna, considerando los criterios de pertinencia, relevancia y claridad, se obtuvieron valores p (Sig.) menores a 0.05, evidenciándose el acuerdo entre los jueces sobre la validez por contenido (Siegel, 1980).

Confiabilidad por consistencia interna

Tabla 20

Confiabilidad por Alfa de Cronbach de las dimensiones de la Escala de comunicación organizacional interna (n= 131), ECOI – 4G

Dimensiones	Nº de ítems	Alfa de Cronbach
Descendente	9	0.850
Ascendente	7	0.785
Horizontal	8	0.840
Transversal	7	0.853
Total	31	0.932

En la tabla 20, se observa un coeficiente es mayor a 0.70 por dimensiones encontrándose entre lo aceptado.

Método de división de mitades


Tabla 21

Estadísticos de fiabilidad de la escala de comunicación organizacional interna (n= 131)

Método de división de mitades		
Coeficiente de Spearman-Brown	Longitud desigual	0.831

En la tabla 21 se observa en la tabla que se utilizara el coeficiente de Spearman-Brown, el resultado es de 0.831 encontrándose entre lo más cercano a 1.

Anexo 10. Criterio de jueces de la Escala de comunicación organizacional interna 4G.

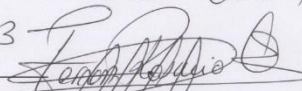
 **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

Observaciones:
.....
.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador *Joel Rosario Quiroz, Fernando Joel*

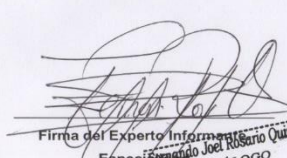
DNI: *32990613*

Firma: 

Especialidad del validador: **Psicólogo Organizacional.**

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.


 Firma del Experto Informante
 Especialidad **Psicólogo Organizacional**
 C.P.S. P P.S.I.C.O.L.O.G.O
 C.Ps.P. 29121

26 de Abril del 2018.

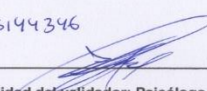
 **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

Observaciones:
MODIFICAR PREGUNTAS
.....
.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador *Jean Vargas Ascencio*

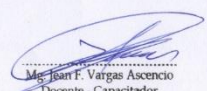
DNI: *45144346*

Firma: 

Especialidad del validador: **Psicólogo Organizacional.**

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.


 Mg. Jean F. Vargas Ascencio
 Docente - Capacitador
 Organizacional

Firma del Experto Informante.
 Especialidad
 C.P.S. P *22877*

25 de Abril del 2018.

Observaciones:

.....
.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador *Julio Castro García.*

DNI: *08031366*

Firma: 

Especialidad del validador: **Psicólogo Organizacional.**

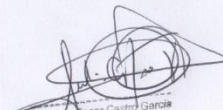
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

.....de Abril del 2018.


Dr. Julio Castro García
PSICOLOGO
C.P.S.P. 2200

Firma del Experto Informante.

Especialidad

C.P.S. P

Observaciones:

Se han hecho las observaciones correspondientes en los ítems y preguntas que se consideraron pertinentes. Presenta un enfoque interesante sin embargo se deben hacer algunas correcciones para ser aplicado.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador
CARVAJAL DUQUE RAÚL EFRÉN

DNI: 000492127

Especialidad del validador: **Psicólogo(a) Organizacional.**

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

19 de Junio del 2018.


Ps. Raúl Carvajal Duque
CPsP 26337

Firma del Experto Informante.

Especialidad

C.P.S. P




Observaciones:

.....
.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: *Kerenko Aguilar Juan José*

DNI: *10624918*

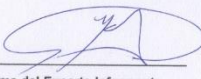
Firma: 

Especialidad del validador: **Psicólogo Organizacional.**

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

.....*10*.....de Abril del 2018.



Firma del Experto Informante.

Especialidad

C.P.S. P *17046*



Observaciones:

.....
.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: *Céspedes Vargas Machuca Sandra Patricia*

DNI: *40912591*


Firma: 

Especialidad del validador: **Psicólogo Organizacional.**

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

.....*26*.....de Abril del 2018.



Firma del Experto Informante.

Especialidad *Psicología Organizacional*

C.P.S. P *10388*



Observaciones:

.....
.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador *Pereyra León Torres José Luis*

DNI: *08004265*

Firma: *[Signature]*

Especialidad del validador: Psicólogo Organizacional.

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

11.....de Abril del 2018.

[Signature]

Firma del Experto Informante.

Especialidad
C.P.S. P *4539*



Observaciones:

Quitar los ítems
de los ítems
Realizar las conexiones pertinentes (claridad en algunos ítems)

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador *Jackeline Trujillo*

DNI: *40007399*

Firma: *[Signature]*

Especialidad del validador: Psicóloga Organizacional.

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

20.....de Mayo del 2018.

[Signature]

Firma del Experto Informante.

Especialidad
C.P.S. P *11324*



Observaciones:

.....
.....
.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador : Pinedo Yzaguirre, Elvis Andy

DNI: 4678215

Firma: [Firma manuscrita]

Especialidad del validador: **Psicólogo Organizacional.**

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

...30 de Abril del 2018.

[Firma manuscrita]
 Firma del Experto Informante.
 Especialidad
 C.P.S. P 24219



Observaciones:

.....
.....
.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Castro Boluarte, Emily Valery

DNI: 44656982

Especialidad del validador: **Psicólogo(a) Organizacional.**

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

.....de 24 del 2018.

[Firma manuscrita]
 Emily Valery Castro Boluarte
 PSICÓLOGA
 C.P.S. P. 27690
 Firma del Experto Informante.
 Especialidad
 C.P.S. P

Anexo 11. Valoración de similitud Turnitin

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo, Fernando Joel Rosario Quiroz, docente de la Facultad Humanidades y Escuela Profesional de Psicología de la Universidad César Vallejo Lima Norte revisor (a) de la tesis titulada:


"Construcción de una Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018", de la estudiante Nicole Jennifer Gonzales Mego, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 11% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó 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.

Los Olivos, 14 de diciembre del 2018.


Firma
Fernando Joel Rosario Quiroz
DNI: 32990613

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

“Construcción de una Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018”

TESIS PARA OBTENER TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

Resumen de coincidencias

11 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias


1	repositorio.ucv.edu.pe	Fuente de Internet	4 %
2	Entregado a Universida...	Trabajo del estudiante	2 %
3	Entregado a Pontificia ...	Trabajo del estudiante	<1 %
4	www.esan.edu.pe	Fuente de Internet	<1 %
5	repositorio.unajma.edu...	Fuente de Internet	<1 %
6	solomarketing.es	Fuente de Internet	<1 %

Página: 1 de 81

Número de palabras: 20862

Text-only Report | High Resolution | Activado

Anexo 12. Autorización de Publicación de Tesis en Repositorio Institucional UCV

	<p>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV</p>	<p>Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1</p>
---	---	--

Yo, Nicole Jennifer Gonzales Mego.....
 identificado con DNI N° 47906588, egresado de la Escuela Profesional de
 Psicología de la Universidad César Vallejo, autorizo , No autorizo () la
 divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado
 “ Construcción de una Escala de Comunicación
 organizacional interna en colaboradores de
 una empresa del rubro farmacéutico de
 Lima Metropolitana, 2018”;
 en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo
 estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art.
 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....



 FIRMA

DNI: 47906588

FECHA: 14 de Diciembre del 2018.....

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Anexo 13. Formulario de Autorización para la Publicación Electrónica de la Tesis



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Gonzales Mego Nicole Jennifer.
D.N.I. : 44906588
Domicilio : Jr. Ayacucho 4015
Teléfono : Fijo : Móvil : 993031489
E-mail : nicogonzales.mego@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado
Facultad : Humanidades
Escuela : Psicología
Carrera : Psicología
Título : Licenciada en Psicología

Tesis de Post Grado

Maestría Doctorado
Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres: Gonzales Mego Nicole Jennifer.

Título de la tesis:
"Construcción de una Escala de comunicación organizacional
interna en colaboradores de una empresa del rubro
farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018"

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN
ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha :

14/12/18

Anexo 14. Autorización de la Versión Final del Trabajo de Investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**CONSTE POR LA PRESENTE, EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL
ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA DE PSICOLOGÍA***

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Gonzales Mego, Nicole Jennifer

INFORME TITULADO:


Construcción de una Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Psicología

SUSTENTADO EN FECHA: 21/02/2019

NOTA O MENCIÓN: 18


Rosario Quiroz, Fernando Joel
DNI 32990613
CPS.P 29721



*El presente documento tiene como único fin verificar que el informe del trabajo de investigación cumple con los estándares establecidos por el equipo de investigación de la E.P de Psicología. Carece de validez para otro tipo de usos.

Versión: 08/02/2019

ESCALA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA - 4 G

AUTORA: GONZALES MEGO, NICOLE JENNIFER.



MANUAL

Lima, 2018

Universidad Privada César Vallejo – Sede Lima Norte.

ÍNDICE

- I. Descripción General
 - 1.1 Ficha Técnica
 - 1.2 Marco teórico
 - 1.3 Definición del constructo
 - 1.4 Áreas o elementos del constructo
- II. Normas de la prueba
 - 2.1 Instrucciones para su administración
 - 2.2 Instrucciones para los examinadores
 - 2.3 Instrucciones para su puntuación
- III. Justificación estadística
 - 3.1 Análisis de los ítems por jueces
 - 3.2 Validez
 - 3.3 Confiabilidad
- IV. Normas interpretativas
 - 4.1 Interpretación de las puntuaciones
 - 4.2 Referencias bibliográficas

INTRODUCCIÓN

Una de las metas que afrontan las organizaciones es mantener una adecuada comunicación favorable, que permita en las organizaciones, donde se busca determinar la importancia de la comunicación y esto posibilita la estabilidad del personal y ayudará cumplir la misión de la organización, visión y objetivos.

Asimismo, en el ámbito organizacional están centrados en los aspectos de estructura, tecnología y recursos humanos, es necesario analizar, un equilibrio entre la rentabilidad y el desarrollo del talento humano en las organizaciones. Cabe resaltar que la comunicación organizacional interna, la comunicación se encuentra de manera tácita en las organizaciones y de esta dependen múltiples variables para el adecuado desarrollo de las organizaciones dentro de ellas encontramos el compromiso organizacional.

La definición de Chiavenato en el (2009) ha sido una de los referentes sobre las organizaciones:

La organización no solo debe cimentarse únicamente sobre un tema de jerarquía de autoridad, sino sobre una base solida de comunicación e información. Ya que, todos los

colaboradores de una organización deben asumir sus responsabilidades de acuerdo a la información difundida”

De acuerdo con Arizcuren (2008, pp.19-24) afirma y define la comunicación organizacional interna como:

La comunicación interna es un conjunto de características que determinan la relación entre los colaboradores y grupos dentro de la organización, la cual se puede dar de manera natural o intencionada. Debe incluir a todos los componentes de la organización por tanto debe ser de corte transversal.

Por tanto, resulta de gran importancia y valiosa para las microempresas y macroempresas, dar a conocer la importancia que tiene la comunicación interna dentro de las organizaciones y no solo se da en el Perú sino también en los demás países, esto ayudará a tomar conciencia, de fomentar acuerdos e iniciativas de solución en la mayoría de los caso, debido a la falta de incentivos y motivación por parte de jefes, administradores, superiores, quienes lograrán entablar una adecuada relación a nivel de las comunicaciones entre los jefes y colaboradores.

Por ese motivo, la creación de la escala psicométrica que mida la comunicación interna organizacional, empleando cuatro

dimensiones, con el fin de brindar un instrumento que permita, recabar y encontrar resultados favorables o no favorables, para generar resultados óptimos dentro de los objetivos e indicadores de las organizaciones. Es un proceso vital para el desarrollo del talento humano en las organizaciones, al ver las necesidades de diferentes organizaciones, es una variable que se encuentra implícita en las organizaciones, sin embargo, forma parte de los procesos organizacionales para la obtención de resultados.

Para finalizar, estos conocimientos se han adherido a las organizaciones y colaboradores esto permitirá que las empresas comprendan adecuadamente el manejo adecuado de la comunicación, por consiguiente, estarán dispuestos a contribuir con el desarrollo de los colaboradores en el aspecto de los tipos de comunicación y su desarrollo emocional.

I. DESCRIPCIÓN GENERAL

1.1 FICHA TÉCNICA

Nombre: Escala de Comunicación Organizacional Interna – 4G.

Autor: Nicole Jennifer Gonzales Mego.

Procedencia: Universidad Privada César Vallejo, Perú.

Aparición: 2018.

Significación: Técnica psicométrica útil para identificar niveles de comunicación organizacional interna.

Aspectos que evalúa: Las 4 dimensiones son:

- Dimensión Descendente.
- Dimensión Ascendente.
- Dimensión Horizontal.
- Dimensión Transversal.

Administración: Individual y colectiva.

Aplicación: Adulto joven (de 25 años en adelante) ambos sexos, con un nivel educativo promedio y alto para comprender las instrucciones y enunciados del test.

Duración: Esta escala tiene un tiempo determinado de 20 a 30 minutos.

Tipo de ítem: Enunciados con alternativas politómicas tipo escala Likert.

Ámbitos: Organizacional e Investigación.

Materiales: Manual de registros y hoja de respuestas.

Criterios de calidad: Validez y confiabilidad.

1.2 MARCO TEÓRICO

Comunicación organizacional

La comunicación organizacional, busca implementar en las organizaciones la comunicación que se da en diferentes niveles jerárquicos en toda la organización, deberá ser fluida (Castro, 2013, p.5).

La comunicación organizacional lo que busca es estudiar el comportamiento humano en el desarrollo de la comunicación como un todo en las organizaciones ya que esto permitirá, una mejor distinción en las diferentes áreas de la organización (Andrade, 2005, p.16).

La comunicación organizacional tiene un abanico completo y complejo que afecta directamente a la organización, sin embargo, esto detalla sin números de medios que involucren a la comunicación como el todo en el proceso de las organizaciones, ya

que esto da como resultado el involucramiento de las personas y sus características. (Pablo de la Torre, Editorial., s.f, p. 18).

Tipos de comunicación organizacional

Comunicación externa

La imagen que debe mostrar la empresa de manera atractiva es importante ya que, de ahí emana la comunicación externa como institución, por ende, esto permitirá de manera intencional o espontánea el crecimiento de la misma. Ya que esto permitirá generar adecuada presencia ante el público externo e interno (Chaves, 2010, p. 26).

La comunicación externa se ejecuta busca permitir la integración de la organización y la relación tanto con los miembros externos. Ya que esto permite transportar los mensajes entre la organización y con los futuros socios o clientes externos. Dichos mensajes de alguna u otra manera influyen de modo representativo como un medio de relación de la organización (Kreps 1990, pp. 22-25).

En tanto la comunicación externa es un todo de comunicaciones desde la organización al cliente externo, para la mejora de sus socios que favorezcan significativamente a la organización como un

referente a nivel de imagen y a la comercialización o venta de las bondades ofrecidas dentro de la organización. En términos es el marketing de las organizaciones (Andrade, 2005, pp.16-17).

Comunicación interna

La comunicación interna es uno de los procesos que ocurren de manera natural o sin ninguna intención alguna, es la forma de relación entre los colaboradores y las áreas dentro de la organización. La comunicación busca afianzar las relaciones en conjunto con la coordinación en los diferentes niveles de comunicación organizacional interna, lo esencial de este proceso busca la integración y unificación de la organización como un todo. Para finalizar los indicadores organizacionales busca optimizar las fases internas de una adecuada presentación en diferentes niveles (Fernández., 2010, p. 93).

La comunicación interna es un todo que debe efectuarse en la organización ya que esto permitirá alianzas positivas y relaciones adecuadas entre los miembros de la organización, en los diferentes medios o accesos que permitan la información adecuada sobre el uso adecuado de la comunicación sin influir en el buen desarrollo de las actividades para el logro de sus objetivos. Andrade (2005, pp.16-17)

La comunicación interna es una herramienta de gestión organizacional, ya que busca la mejora de la organización en diferentes variables dentro de la misma, tales como: el clima, el compromiso, la productividad y la motivación laboral. Dado que, buscará el logro de un mejor desarrollo organizacional si se lleva de manera adecuada un manejo de la comunicación organizacional dentro de las empresas. Esto permitiría, un mejor y mayor crecimiento como organización mediante el compromiso con un fin en común y en conjunto con los colaboradores y clientes externos, dándonos resultados efectivos en la productividad, el cumplimiento de objetivos e indicadores, la mejora del clima de trabajo (Brandolini, González Frígoli y Hopkins, 2009, p.24).

La comunicación interna si bien es cierto necesita la sincronización con la comunicación externa para un objetivo en común, la única diferencia que existe, la comunicación interna se enfoca en los colaboradores de su organización en sus diferentes áreas de la empresa (Andrade, 2005, pp.16-17).

1.3 DEFINICIÓN DEL CONSTRUCTO

1.3.1 Definición Conceptual

De acuerdo con Arizcuren (2008, pp.19-24) afirma y define la comunicación organizacional interna como:

La comunicación interna es un conjunto de características que determinan la relación entre los colaboradores y grupos dentro de la organización, la cual se puede dar de manera natural o intencionada. Debe incluir a todos los componentes de la organización por tanto debe ser de corte transversal.

1.3.2 Definición Operacional

La comunicación organizacional, se define operacionalmente como las formas de comunicarse empleadas en las organizaciones, empleadas tanto por los colaboradores, mandos medio y mandos altos en base a mejores resultados para la organización, con el objetivo de orientar su comportamiento y facilitar el desarrollo de capacidades y habilidades apropiadas para lidiar con las dificultades que se les presenten en lo laboral.

1.4 DIMENSIONES O ELEMENTOS DE CONSTRUCTO

Luego de las investigaciones de Arizcuren, considero cuatro dimensiones, encontrándose las siguientes:

La comunicación descendente se efectúa desde los altos mandos a los demás miembros de la organización, ya que la adecuada cohesión permitirá un grato ambiente y así se generará confianza y respeto en la organización.

La comunicación ascendente se define como los colaboradores o mandos bajos transmitan dicha comunicación de manera oportuna a los altos mandos. Es una de las formas de mantener a flote una organización, en tanto este permitirá la adecuada retroalimentación o dificultades que se presenten en los colaboradores para mejorar los indicadores organizacionales para un mejor resultado.

La comunicación horizontal es aquella que se realiza entre los colaboradores de una misma área, ya que esta dimensión permitirá una mayor apertura de adecuados mensajes y cohesión de equipo de áreas, ya que se creará un ambiente adecuado para la realización del trabajo en equipo de manera positiva.

La comunicación transversal se deriva del proceso de comunicación que se realiza en diferentes niveles o áreas en la organización, ya no

implica tener las mismas responsabilidades, por lo cual esto genera alianzas estratégicas y capacidades de integración a niveles profesionales con diferentes tareas o responsabilidades.

1.5 Población Objetivo

El presente test psicológico está dirigido a adultos, de ambos sexos, que tengan estudios, básicos, técnicos, universitarios, que residan en el Departamento de Lima y cuenten con un nivel cultural promedio para comprender las instrucciones y enunciados de la prueba psicológica.

1.6 Campo de aplicación

La escala de comunicación organizacional interna – 4G, ha sido diseñado para identificar los niveles de comunicación organizacional interna en sus 4 dimensiones, que pueda presentar los colaboradores de una empresa; es por ello que puede ser aplicada en el de la organizaciones (empresas privadas o del estado). Además, en el campo de la investigación para futuras investigaciones que consideren a la variable.

1.7 Materiales de la Prueba

El presente test psicológico consta de los siguientes materiales:

1.7.1 Manual de aplicación

En el cuál encontraremos toda la información necesaria para la administración, calificación e interpretación. Además, de los baremos de acuerdo a un nivel de comunicación organizacional interna por dimensiones y los diferentes cargos.

1.7.2 Hoja de respuestas

En la hoja de respuestas está contenido tanto el protocolo con las instrucciones para los examinados y los reactivos como los respectivos casilleros para que el evaluado marque con un aspa “X” en las columnas que representan las alternativas de respuesta que van desde “Nunca” hasta “Siempre”.

1.8 Reactivos de la Prueba Psicológica

Esta escala consta de 31 ítems distribuidos en 4 dimensiones que a continuación se detallarán:

DIMENSIÓN I: *Descendente* (Constituido por 8 ítems).

DIMENSIÓN II: *Ascendente* (Constituido por 8 ítems).

1.9 DIMENSIÓN III: *Horizontal* (Constituido por 9 ítems).

DIMENSIÓN IV: *Transversal* (Constituido por 6 ítems).

II. NORMAS DE LA PRUEBA

2.1 Instrucciones para su administración

Para la administración de la prueba, el examinador (a) entrega los protocolos a cada participante para que de manera individual lean y respondan a todo lo presentado. Para llevar a cabo una buena aplicación, es necesario explicar de manera concisa y clara los objetivos de la prueba, la forma cómo ha de responderse a cada uno de los enunciados, enfatizando las alternativas de respuesta con las que cuentan y ejemplificando el modo adecuado de cómo hacerlo. Asimismo, resulta relevante despejar cualquier duda que tenga el examinado y motivarlo a que responda todos los ítems sin excepción y de la manera más verás, puesto que de ello dependerá la interpretación correspondiente.

2.2 Instrucciones para los examinados

En la hoja de respuestas, el examinado cuenta con las instrucciones necesarias para responder de manera adecuada a cada uno de los enunciados. En dichas instrucciones, se explica al examinado lo siguiente: La presente escala es para que se pueda mejorar aspectos de su área de trabajo. Lea con atención el contenido de cada pregunta y marca con un aspa (X) una de las cinco alternativas de

respuesta relacionado con su área de trabajo, No hay respuestas buenas o malas. Lo importante es que sea sincero(a) al responder.

2.3 Instrucciones para su calificación

Una vez que el examinado ha concluido la prueba, se verifica que todas los enunciados hayan sido contestados, para proseguir con su calificación. Las respuestas se califican politómicamente del 0 al 5 Para ello, se realiza la sumatoria de las alternativas de respuesta asignadas a los ítems correspondientes a cada dimensión. Al obtener los puntajes respectivos, se ubica cada uno de ellos en la categoría correspondiente según el Baremo para ver el nivel de comunicación organizacional interna global que presenta y la dimensión que se encuentra con mayor representatividad.

2.4 Instrucciones para su puntuación

Todos los ítems de la escala de comunicación organizacionales interna – 4G son puntuados del 0 al 5; es decir, de acuerdo a sus creencias los enunciados van desde “Nunca” hasta “Siempre” correspondientemente, siendo los puntajes más altos las dimensiones, los que van a permitir identificar dónde se encuentran la mayor parte de la comunicación organizacional interna que presenta los colaboradores en una empresa de manera predominante. Para ubicar la demandan donde la persona se encuentra se ha

utilizado como normas de puntuación, los percentiles que se dividen en 3 y se derivan de la curva de distribución no normal. Al respecto, no se han de computar las pruebas que estén incompletas o que tengan más de dos alternativas de respuesta por ítem. Los puntajes varían de acuerdo a la comunicación organizacional interna global y a las dimensiones que este presenta:

DIMENSIONES	ITEMS
Descendente	1;2;3;4;5;6;7;11
Ascendente	8;9;10;11;12;13;14;15;16
Horizontal	17;18;19;20;21;22;23;24;25,26
Transversal	27;28;29;31;32;33

BAREMOS

Baremos de la escala de comunicación organizacional interna, ECOI – 4G, para ambos puestos, en las dimensiones 1 y 3.

Puestos	Eneatipos	Niveles	D1	D3
General (Químicos Y Cajeros)	1 a 3	Bajo	≤ 33	≤ 30
	4 a 6	Medio	34 - 39	31 - 36
	7 a 9	Alto	$40 \geq$	$37 \geq$
	\bar{x}		36.87	34.00
	Σ		4.445	4.099

Nota: Baremos de comunicación organizacional interna; D1 (Descendente), D3 (Horizontal).

Baremos de la escala de comunicación organizacional interna, ECOI – 4G, según el tipo de puesto Químicos en las dimensiones 2, 4 y Coi.

Puestos	Eneatipos	Niveles	D2	D4	COI
	1 a 3	Bajo	≤ 28	≤ 26	≤ 122
	4 a 6	Promedio	29 - 32	27 - 31	123 - 140
Químicos	7 a 9	Alto	$33 \geq$	$32 \geq$	$141 \geq$
		\bar{x}	30.92	29.73	132.07
		σ	3.050	3.421	11.829

Nota: Baremos cargo químicos; D2 (Ascendente), D4 (Transversal) y COI (comunicación organizacional interna).

Baremos de la escala de comunicación organizacional interna, ECOI – 4G, según el tipo de puesto Cajeros en las dimensiones 2, 4 y Coi.

Puestos	Eneatipos	Niveles	D2	D4	COI
	1 a 3	Bajo	≤ 26	≤ 25	≤ 116
	4 a 6	Promedio	27 - 31	26 - 31	117 - 140
Cajeros	7 a 9	Alto	$32 \geq$	$32 \geq$	$141 \geq$
		\bar{x}	29.55	28.93	128.81
		σ	3.050	4.247	15.714

Nota: Baremos cargo químicos; D2 (Ascendente), D4 (Transversal) y COI (comunicación organizacional interna).

III. JUSTIFICACIÓN ESTADÍSTICA

3.1 Análisis de Ítems por Jueces

Para llevar a cabo dicho análisis, se seleccionó 10 jueces expertos en el tema, que ostentaban el Grado de Maestro o Doctor en la especialidad de Psicología Organizacional y Psicometría, a quienes se les entregó una solicitud pidiéndoles que acepten formar parte del panel de expertos para evaluar la prueba en mención. Asimismo, se les hizo entrega de una Hoja de Datos para cada juez (nombres y apellidos, grado académico, especialidad, correo y teléfonos), del marco teórico del constructo, de una Cartilla de Instrucciones Generales, en donde se brindó información referida a los objetivos del instrumento, y del formato de validación de los reactivos para evaluar la Pertinencia, Relevancia y Claridad de los mismos, como también brindar sugerencias y manifestar el porqué de sus objeciones.

Una vez obtenidos los resultados de validación por criterio de jueces, se procedió a establecer el criterio de aceptación de cada reactivo para cada juez. Finalmente, se estableció el criterio de aceptación de cada reactivo para los jueces en su conjunto, obteniendo como resultado un Índice de Acuerdo promedio de 0.98 respecto al total de ítems.

3.2 Validez

El instrumento fue sometido a Validez de Contenido a través del método de Criterio de Jueces, para lo cual se utilizó la Prueba No Paramétrica Binomial, con el objetivo de conocer el Nivel de Significancia y el Índice de Acuerdo por jueces, empleando para ello, el Programa Estadístico para las Ciencias Sociales SPSS, versión 25 Tal como se mencionó anteriormente, se consulta 10 expertos en el tema.

El resultado obtenido de este proceso, como se puede apreciar en la presente tabla, cuenta con validez de contenido, a un nivel de significancia de $p < 0,05$.

Tabla 4

Evidencia de la validez de contenido (Pertinencia) de la comunicación organizacional interna por prueba binomial.

	Prueba binomial – Pertinencia								
	JUEZ_1			JUEZ_2			JUEZ_3		
	Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total
Categoría	1	0		1	0		1	0	
N	28	5	33	28	5	33	29	4	33
Prop. observada	,85	,15	1,00	,85	,15	1,00	,88	,12	1,00
Prop. de prueba	,50			,50			,50		
Significación exacta (bilateral)	,000			,000			,000		

Prueba binomial – Pertinencia								
JUEZ_8			JUEZ_9			JUEZ_10		
Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total
1	0		1	0		1	0	
32	1	33	32	1	33	26	7	33
,97	,03	1,00	,97	,03	1,00	,79	,21	1,00
,50			,50			,50		
,000			,000			,001		

Tabla 5

Evidencia de la validez de contenido (Relevancia) de la comunicación organizacional interna por prueba binomial.

	Prueba binomial – Relevancia								
	JUEZ_1			JUEZ_2			JUEZ_3		
	Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total
Categoría	1	0		1	0		1	0	
N	30	3	33	28	5	33	28	5	33
Prop. observada	,91	,09	1,00	,85	,15	1,00	,85	,15	1,00
Prop. de prueba	,50			,50			,50		
Significación exacta (bilateral)	,000			,000			,000		

Prueba binomial - Relevancia											
JUEZ_4			JUEZ_5			JUEZ_6			JUEZ_6		
Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total
1	0	33	1	0	33	1	0	33	1	0	33
,88	,12	1,00	,94	,06	1,00	,94	,06	1,00	,97	,03	1,00
,50			,50			,50			,50		
,000			,000			,000			,000		

Prueba binomial - Relevancia									
JUEZ_8			JUEZ_9			JUEZ_10			
Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total	Total
0	1	33	0	1	33	1	0	33	33
,12	,88	1,00	,18	,82	1,00	,79	,21	1,00	1,00
,50			,50			,50			
,000			,000			,001			

Tabla 6

Evidencia de la validez de contenido (Claridad) de la comunicación organizacional interna por prueba binomial.

Prueba binomial - Claridad									
Categoría	JUEZ_1			JUEZ_2			JUEZ_3		
	Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total
Si	30	3	33	28	5	33	29	4	33
No	,91	,09	1,00	,85	,15	1,00	,88	,12	1,00
Prop. observada	,50			,50			,50		
Prop. de prueba	,000			,000			,000		
Significación exacta (bilateral)									

Prueba binomial - Claridad												
JUEZ_4			JUEZ_5			JUEZ_6			JUEZ_7			
Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total	
Si	31	2	33	31	2	33	32	1	33	32	1	33
No	,94	,06	1,00	,94	,06	1,00	,97	,03	1,00	,97	,03	1,00
Prop. observada	,50			,50			,50			,50		
Prop. de prueba	,000			,000			,000			,000		

Prueba binomial - Claridad								
JUEZ_8			JUEZ_9			JUEZ_10		
Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total
No	Si		No	Si		Si	No	
32	1	33	32	1	33	32	1	33
,97	,03	1,00	,97	,03	1,00	,97	,03	1,00
,50			,50			,50		
,000			,000			,000		

Validez de constructo

El análisis factorial confirmatorio permitió verificar la pertinencia del modelo teórico para explicar la comunicación organizacional interna compuesta por 4 dimensiones de acuerdo a la teoría de Arizcuren, de modo que los 31 reactivos finalmente contribuyen a brindar una idea del nivel de comunicación organizacional interna subyacente en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de la muestra de estudio.

Análisis factorial confirmatorio

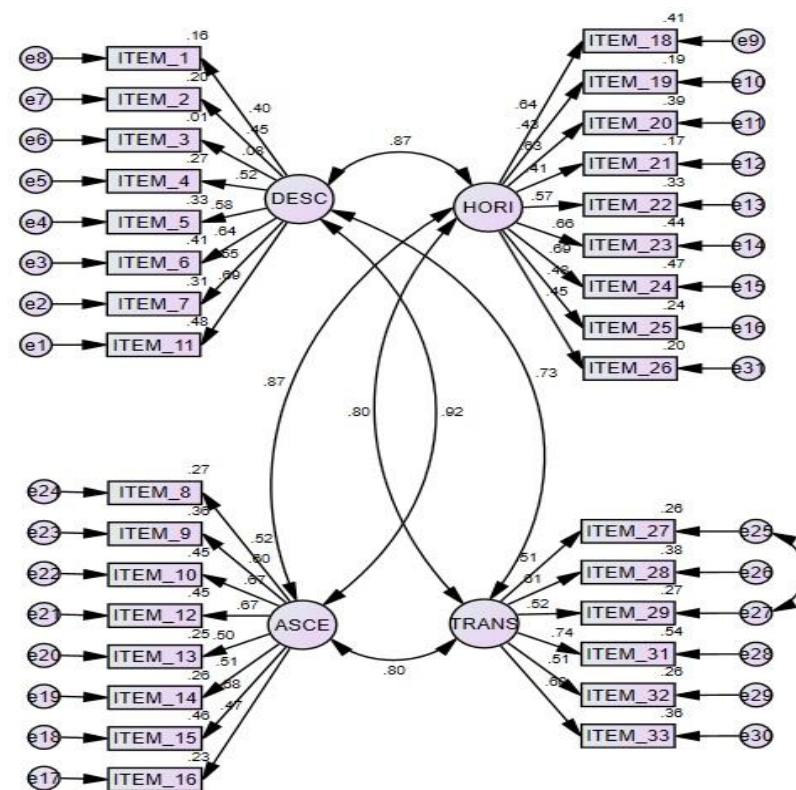


Figura 8. Análisis factorial confirmatorio de las dimensiones de comunicación organizacional interna, Modelo 2 en covarianza (ítems 27 y 29).

El modelo de comunicación organizacional interna en sus cuatro dimensiones evidenció adecuados índices de ajuste: $X^2/g.l = 1.731$, GFI = 0.905, CFI = 0.927, RMSEA = 0.039, SRMR = 0.0425 y TLI = 0.921. (Escobedo, Hernández, Estebané, Martínez, 2016) y (Ruiz, Pardo, San Martín, 2010).

IV. NORMAS INTERPRETATIVAS

3.3 Confiabilidad

La confiabilidad se obtuvo a través del método de Consistencia Interna, utilizando para ello, el coeficiente de Alfa de Cronbach, y el coeficiente Omega de McDonald. Del análisis realizado, se encontró que existe una confiabilidad de 96% para la escala total y una confiabilidad entre el 86% y el 90% para cada dimensión.

Tabla 16

Confiabilidad por Coeficiente omega y Alfa de Cronbach de las dimensiones de la Escala de comunicación organizacional interna (n= 1000), ECOI – 4G.

	α	ω	N° ítems
Descendente	0.86	0.86	8
Ascendente	0.89	0.89	8
Horizontal	0.90	0.90	9
Transversal	0.89	0.90	6
COI	0.95	0.96	31

Nota: Confiabilidad; α : Coeficiente de alfa ordinal; ω : Coeficiente de omega y COI: Comunicación organizacional interna.

4.1 Interpretación de la Puntuaciones

Las puntuaciones obtenidas para cada dimensión pueden trasladarse a los respectivos Baremos.

Los colaboradores que se ubiquen en la categoría Bajo, indican que en ellos, predomina un nivel bajo de comunicación organizacional interna, según la dimensión y puntaje global, clasificando el tipo de puesto, ya sean (cajeros o químicos farmacéuticos).

Los colaboradores que se ubiquen en la categoría Promedio, indican que en ellos, predomina un nivel promedio de comunicación organizacional interna, según la dimensión y puntaje global, clasificando el tipo de puesto, ya sean (cajeros o químicos farmacéuticos).

Por otra parte, los colaboradores que se ubiquen en la categoría Alto, indican que en ellos, predomina un nivel alto de comunicación organizacional interna, según la dimensión y puntaje global, clasificando el tipo de puesto, ya sean (cajeros o químicos farmacéuticos).

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arizcuren (2008) *Guía de Buenas Prácticas de Comunicación Interna*. España: FEAPS.

Arizcuren, A. et al. (2008). *Guía de buenas prácticas de comunicación interna*. España: FEAPS.

Brandolini, A., González, M. y Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna. Claves para una gestión exitosa*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Castro, A. (2014). *Comunicación Organizacional (Técnicas y Estrategias)*. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.

Chaves, N. (2010). *La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional. Diseño disciplina y técnica*. (3.^a ed.). Barcelona España: Gustavo Gili.

Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. México: Mc Graw-Hill

Cupani, M. (2012). Análisis de Ecuaciones Estructurales: conceptos, etapas de desarrollo y un ejemplo de aplicación. *Revista Tesis*,

2(1), 186-199 recuperado de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/tesis/article/view/2884>

Escobedo M, Hernández J, Estebané V, Martínez G, 2016. Modelos de Ecuaciones Estructurales: Características, Fases, Construcción, Aplicación y Resultados. *Cienc Trab.* (2016); 18 (55), 16-22).

Fernández, S. (2011). *Análisis Factorial*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid. Recuperado de <http://www.fuenterrebollo.com/Economicas/ECONOMETRIA/MULTIVARIANTE/FACTORIAL/analisis-factorial.pdf>

Ruiz, M. A., Pardo, A., & San Martín, R. (2011). Modelos de Ecuaciones Estructurales. *Papeles del Psicólogo*. (2010); 31(1), 34–45.

Anexo N° 01

ESCALA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA – 4G “ECOI – 4G”

Instrucciones

- Por favor, lea detenidamente estas instrucciones antes de responder la escala.
- El presente cuestionario contiene una serie de preguntas, las cuales van a permitir conocer el grado de nunca o siempre que tenga con cada una de ellas.
- Lea cada pregunta y conteste de acuerdo a cómo usted piensa y cree respecto a lo que considere según sea su calificación de nunca a siempre. Marque con un aspa (X) en el cuadro con la alternativa que usted considera es el más conveniente según su caso. Las alternativas de respuesta son:
 1. Nunca
 2. Casi Nunca
 3. A veces si o A veces no
 4. Casi Siempre
 5. Siempre
- Trate de responder de manera más sincera posible. Recuerde que no hay respuestas “buenas” ni “malas”, o “correctas” e “incorrectas”.
- Si se equivoca o quiere cambiar alguna respuesta, borre primero la respuesta que desea cambiar y luego trace un aspa (X) en la nueva respuesta.
- No hay límite de tiempo para completar la escala, pero lo mejor es hacerlo con rapidez sin meditar mucho sus respuestas.

POR FAVOR, NO VOLTEE LA PÁGINA HASTA QUE SE LE INDIQUE.

ESCALA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA –4G

Hoja de Respuesta

Área:

Cargo:

Edad:

Fecha:

Sexo: (F) (M)

Indicaciones:

A continuación encontrarás una lista de oraciones que expresan diferentes maneras de pensar. Lee con atención el contenido de cada pregunta y marca con un aspa (X) una de las cinco alternativas de respuesta, según se parezca o no a tu verdadera forma de pensar, sentir y comportarte en el momento presente. Recuerda que no hay respuestas buenas o malas, por eso lo importante es que respondas sinceramente.

Nº	Preguntas	Nunca	Casi nunca	A veces si / A veces no	Casi siempre	Siempre
1	Obtiene toda la información necesaria para la realización eficaz de su trabajo.					
2	Su jefe emplea un lenguaje claro y sencillo, cuando se dirige a usted.					
3	Las indicaciones brindadas por su jefe son claras.					
4	Se encuentra satisfecho con las instrucciones brindadas por su jefe para realizar efectivamente su trabajo.					
5	Existe adecuada retroalimentación del jefe de área a los integrantes.					
6	Su jefe les brinda herramientas adecuadas que permitan una comunicación fluida.					
7	Los jefes y superiores transmiten de manera clara, los valores y principios de la empresa.					
8	Sus jefes y superiores escuchan sus ideas y comentarios.					
9	Recibe información oportuna de su jefe sobre su desempeño laboral.					
10	Mantiene una buena comunicación con su jefe.					
11	Cuanto tiene dudas, lo consulta con su jefe.					

12	Tiene libertad para manifestar su desacuerdo a su jefe.					
13	Sus superiores le brindan confianza para expresar sus ideas.					
14	Considera que los comentarios y sugerencias, brindadas a sus superiores son tomados en cuenta.					
15	Puede confiar sus problemas personales a su jefe.					
16	Usualmente en la organización se realizan reuniones con los jefes.					
18	La comunicación entre compañeros favorece el adecuado intercambio de ideas.					
19	Considera que, en su área de trabajo, la comunicación facilita la coordinación.					
20	Es sencillo dialogar con los miembros de su área de trabajo.					
21	La comunicación entre compañeros de su área de trabajo es fluida.					
22	Entre los compañeros de área se da una coordinación oportuna.					
23	Existe un clima de confianza entre los compañeros de su área.					
24	En el área de trabajo se comparte información.					
25	Considera eficaz, la comunicación que se da entre sus compañeros de área de trabajo.					
26	Entre las áreas de trabajo realizan un trabajo coordinado.					
27	La información que se emite entre otras áreas es organizada.					
28	Existe apoyo mutuo entre diferentes áreas de trabajo.					
29	Existe adecuada integración entre todas las áreas de trabajo.					
31	Es fácil contactarse con otras áreas de su trabajo.					
32	Consideras que entre los jefes de área se comparte información clara.					
33	La coordinación de actividades con otras áreas de trabajo es fluida.					