



**Percepción de la comunicación interna según los
colaboradores de la empresa Inversiones Mamay
E.I.R.L, Lurín, 2018.**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Administración de Negocios -MBA

AUTORA:

Br. Mercedes Milagros Yarlequé Rupay

ASESORA:

Dra. Luzmila Lourdes Garro Aburto

SECCIÓN:

Ciencias Empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

LIMA - PERÚ

2018



DICTAMEN DE LA SUSTENTACIÓN DE TESIS

EL / LA BACHILLER (ES): YARLEQUÉ RUPAY, MERCEDES MILAGROS

Para obtener el Grado Académico de Maestra en Administración de Negocios - MBA, ha sustentado la tesis titulada:

PERCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA SEGÚN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA INVERSIONES MAMAY E.I.R.L, LURÍN, 2018.

Fecha: 23 de agosto de 2018

Hora: 5:00 p.m.

JURADOS:

PRESIDENTE: Dr.César Eduardo Jimenez Calderon

Firma: [Handwritten signature]

SECRETARIO: Mg. Cristian Medina Sotelo

Firma: [Handwritten signature]

VOCAL: Dra. Luzmila Garro Aburto

Firma: [Handwritten signature]

El Jurado evaluador emitió el dictamen de:

APROBADO POR UNANIMIDAD

Habiendo encontrado las siguientes observaciones en la defensa de la tesis:

APA
MEJORAR DISCUSIÓN

Recomendaciones sobre el documento de la tesis:

[Dotted lines for recommendations]

Nota: El tesista tiene un plazo máximo de seis meses, contabilizados desde el día siguiente a la sustentación, para presentar la tesis habiendo incorporado las recomendaciones formuladas por el jurado evaluador.

Dedicatoria

A Dios por guiarme en cada paso a recorrer en mi vida profesional y personal.

A mis padres y a mí querido hermano por su apoyo constante e inagotable.

A mi mejor amigo y compañero, José Carlos, por nunca dejar de creer en mí.

A mis abuelos por su infinito amor y valentía ante las adversidades

Agradecimiento

A mi casa de estudios, Universidad César Vallejo, por contribuir con mi formación académica y la de muchos jóvenes.

A mi Asesora Dra. Luzmila Lourdes Garro Aburto por su orientación y acertados consejos así como profesionalismo constante.

Al Mtro. Kenny Loli Rosales por permitir la realización de este estudio en la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L.

A todos aquellos que contribuyeron en la realización de esta investigación.

Declaratoria de autenticidad

Yo, **Mercedes Milagros Yarlequé Rupay**, estudiante de la Escuela de Posgrado, Maestría en Administración de Negocios – MBA, de la Universidad César Vallejo, Sede Lima Norte; declaro el trabajo académico titulado **“Percepción de la comunicación interna según los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018”** presentada, en 92 folios para la obtención del grado académico de Maestra en Administración de Negocios - MBA, es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

-He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.

-No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.

-Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.

Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.

De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima, 18 de Julio del 2018



Mercedes M. Yarlequé Rupay

DNI: 4719868

Presentación

Señores miembros del jurado

Dando acatamiento a las normas instituidas en el reglamento de grados y títulos de la sección de Posgrado de la Universidad César Vallejo, presento ante ustedes la tesis titulada: “Percepción de la Comunicación interna según los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L., Lurín, 2018”; en cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Grado Académico de Maestra en Administración de Negocios – MBA. El objetivo de la investigación fue determinar el nivel de comunicación interna según los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018.

La investigación se estructura de la siguiente manera: Capítulo I, desarrolla la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, problemas de investigación, la justificación del estudio, y los objetivos. El Capítulo II desarrolla el diseño de investigación, la variable, y su operacionalización, la población y la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, métodos de análisis de datos y finalmente, aspectos éticos. En el Capítulo III y IV, se desarrollan los resultados y se realiza la discusión. En el Capítulo V, VI, y VII se desarrollan las conclusiones; recomendaciones, y referencias bibliográficas.

Esta investigación concluye que la percepción de los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L es regular con un 94%, evidenciando la necesidad de reforzar la comunicación interna y desarrollar estrategias que impacten positivamente en su desempeño laboral y en los objetivos empresariales; por ende, el vínculo laboral entre los colaboradores y la empresa quedará consolidado.

Señores miembros del jurado espero que esta investigación sea evaluada y merezca su aprobación.

Atte.

La autora

Índice

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xi
Resumen	xii
Abstract	xii
I. Introducción	1
1.1. Realidad problemática	2
1.2. Trabajos previos	6
1.2.1 Trabajos previos internacionales	6
1.2.1 Trabajos previos nacionales	8
1.3. Teorías relacionadas al tema	10
1.3.1 Variable Comunicación interna	10
1.3.2 Modelos y/o teorías que fundamentan la Comunicación interna	13
1.3.3 Dimensiones de la variable Comunicación interna	19
1.3.4 Importancia y otros	21
1.4. Formulación del problema	26
1.4.1 Problema general	26
1.4.2 Problemas específicos	26
1.5. Justificación del estudio	27
1.5.1 Justificación teórica	27
1.5.2 Justificación práctica	28
1.5.3 Justificación metodológica	28
1.6. Objetivos	28
1.6.1 Objetivo general	29

1.6.2 Objetivos específicos	29
II. Método	30
2.1. Diseño de investigación	31
2.2. Variables, operacionalización	32
2.2.1 Variable comunicación interna	32
2.2.2 Operacionalización de la variable comunicación interna	33
2.3. Población ,muestra y muestreo	33
2.3.1 Población	33
2.3.2 Muestra	34
2.3.3 Muestreo	34
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	35
2.4.1 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
2.4.2 Validez y confiabilidad	37
2.5. Métodos de análisis de datos	38
2.6. Aspectos éticos	38
III. Resultados	39
IV. Discusión	44
V. Conclusiones	48
VI. Recomendaciones	50
VII. Referencias	52

Anexos

Anexo 1 Artículo científico	61
Anexo 2 Matriz de consistencia	67
Anexo 3 Instrumento	69
Anexo 4 Validez del instrumento	71
Anexo 5 Permiso de la institución donde se aplicó el estudio	77
Anexo 6 Base de datos	78
Anexo 7 Prints de resultados	90

Índice de Tablas

Tabla 1 Matriz de operacionalización de la variable: Comunicación Interna	33
Tabla 2 Relación de validadores	37
Tabla 3 Estadística de confiabilidad del instrumento usando el índice del Alfa de Cronbach	38
Tabla 4 Niveles de la variable comunicación interna	40
Tabla 5 Niveles de la variable comunicación intrapersonal	41
Tabla 6 Niveles de la variable comunicación interpersonal	42
Tabla 7 Niveles de la variable comunicación institucional	43

Índice de figuras

Figura 1. ¿Conoces la visión, Misión y Valores de la Granja?	22
Figura 2. ¿Cómo sientes que Inversiones Mamay, trata a sus colaboradores?	22
Figura 3. ¿Qué tan bien explica las nuevas cosas a los colaboradores?	22
Figura 4. ¿Cuándo ingresaste a la empresa recibiste suficiente información sobre la misma?	23
Figura 5. Comunicación (1 A)	24
Figura 6. Medios y Canales para la comunicación Interna Corporativa	25
Figura 7. Dimensiones de la comunicación interna	25
Figura 8. Ejemplo de Comunicación organizacional y el medio natural	26
Figura 9. Porcentaje de los niveles de la variable Comunicación interna	40
Figura 10. Porcentaje de los niveles de la variable Comunicación interna en su dimensión de comunicación intrapersonal	41
Figura 11. Porcentaje de los niveles de la variable Comunicación interna en su dimensión de comunicación interpersonal	42
Figura 12. Porcentaje de los niveles de la variable Comunicación interna en su dimensión de comunicación institucional	43

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar el nivel de comunicación interna según los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018.

La investigación comprende un enfoque cuantitativo, es un estudio de tipo Básico, diseño no experimental - transversal, nivel descriptivo, recopilando información en un período específico. La variable de estudio es la Comunicación Interna, según el autor Tessi (2012) se consideran las dimensiones: comunicación intrapersonal, interpersonal e institucional. La población de interés estuvo conformada por 181 colaboradores, la muestra estuvo conformada por 124 colaboradores, la técnica de recolección de datos utilizada fue la encuesta y el instrumento utilizado fue un cuestionario con 36 preguntas, la escala de valoración utilizada fue la escala de Likert que proporcionó información sobre la variable de estudio y sus distintas dimensiones; la validez del instrumento se realizó a través de la técnica de juicio de expertos y la confiabilidad a través del método de Alfa de Cronbach obteniendo como resultado un nivel de 0.771 o aceptable. Se obtuvo como resultado que existe una percepción regular de la comunicación interna de los colaboradores con un 94%; una percepción regular de la comunicación intrapersonal con un 76%; una percepción regular de la comunicación interpersonal con un 87%; y una percepción regular de la comunicación institucional con un 94%.

La presente investigación concluye que en la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, la percepción de los colaboradores sobre la comunicación interna, y sus dimensiones: comunicación intrapersonal, interpersonal e institucional, es regular.

Palabras Clave: comunicación interna, colaboradores

Abstract

The general objective of this research was to determine the level of internal communication according to the employees of the company Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018.

The research includes a quantitative approach, using the deductive method, it is a basic type study, a non-experimental design - transversal, descriptive level, collecting information in a specific period. The variable of study is internal communication, according to the author Tessi (2012) the dimensions are considered: intrapersonal, interpersonal and institutional communication. The population of interest considered 181 collaborators, the sample consisted of 124 collaborators, the data collection technique used was the survey and the instrument used was a questionnaire with 36 questions, the scale of assessment used was the Likert scale that provided information about the study variable and its different dimensions; the validity of the instrument was realized through the technique of expert judgment and reliability through the Cronbach's Alpha method, obtaining as a result a level of 0.771 or acceptable. It was obtained as a result that there is a regular perception of the internal communication of the collaborators with 94%; a regular perception of intrapersonal communication with 76%; a regular perception of interpersonal communication with 87%; and a regular perception of the institutional communication with 94%.

The present investigation concludes that in the company Inversiones Mamay E.I.R.L, employees' perception of internal communication, and its dimensions: intrapersonal, interpersonal and institutional communication is regular.

Keywords: internal communication, collaborators

I. Introducción

1.1. Realidad problemática

La comunicación interna tiene un rol muy importante al momento de definir las estrategias en las organizaciones, los directores ejecutivos en el mundo están cada vez más enfocados en tener claro el canal de comunicación con sus colaboradores para transmitir los objetivos de la empresa.

El mundo empresarial ha evolucionado constantemente debido a la globalización y su impacto en el mercado laboral; las empresas han centrado esfuerzos por mejorar su rentabilidad prestando atención en la gestión de la comunicación de sus colaboradores o clientes internos. Berenguer (2015) señala que las políticas de comunicación a seguir se basan en motivar a los trabajadores a través de una comunicación bidireccional, ágil y productiva.

A nivel internacional, las empresas vienen trabajando arduamente para mejorar su comunicación interna pues “invertir en comunicación interna es invertir en capital humano, lograr beneficios intangibles a largo plazo, y esta inversión supone un beneficio organizacional generando pertenencia, unidad, participación e identidad” (García, 1998, p. 85). Un claro ejemplo es la gestión de la empresa Toyota, que fomenta el uso de herramientas tecnológicas a través de su intranet o vía móvil e IKEA, empresa dedicada a la fabricación y distribución de muebles, que realiza campañas para motivar a sus colaboradores a través de sus canales de comunicación

La revista Reasonwhy (2017), publicó la premiación de IKEA a la mejor campaña de comunicación interna llamada “Ikea Chef”, quienes sensibilizaron a sus colaboradores sobre las prioridades que persigue la empresa a través del uso de sus productos. EAE Business School (2017), indica que la comunicación interna corporativa permite implementar mejoras y generar cambios siempre y cuando incluyan los recursos necesarios como: (i) reuniones, (ii) intranet, (iii) e-mails, (iv) eventos sociales, (v) chats internos, y (vi) redes sociales corporativas.

En el Perú, la comunicación interna no ha sido ajena para las empresas, en un artículo de ECOmedia (2016), se hizo referencia al premio de oro obtenido por el Banco de Crédito del Perú, al ser reconocida como la empresa con la mejor

campaña de comunicación interna en los Effie Awards, por el evento Teletón, que promovió la integración en la institución y resaltó un sentimiento de orgullo entre sus colaboradores por representar a una organización con responsabilidad social.

Debido a que la empresa Inversiones Mamay es una empresa dedicada al sector avícola, es importante identificar la comunicación interna en este rubro y como se viene desarrollando en nuestro ámbito local, de esta manera garantizar la productividad de la empresa.

En una entrevista realizada a Julio Ikeda, presidente del directorio de la avícola San Fernando, señaló que “un factor de éxito ha sido y es el trabajo en equipo [...] con nuestros colaboradores, en especial con los operarios [...] pensando siempre en hacer las cosas bien y cada vez mejor sin descuidar los valores” (Sánchez, 2013, pp.6-7). San Fernando demuestra que es necesaria la comunicación para promover la identificación y participación de los más de 5700 trabajadores, refuerza los valores y visión empresarial, pero además el aporte de cada uno de sus integrantes para reducir costos y mejorar la competitividad en el mercado.

El sector avícola se ha ido desarrollando lentamente pero ha mostrado crecimiento potencial; Mario Maroto, presidente de la Unión Avícola Regional Andina, señaló que el sector debe enfocar esfuerzos no sólo sobre las ventas sino en el rol del trabajador para lograr su sostenibilidad utilizando la comunican interna como aliado, Los Andes (2016). Además, el SIEA (2018) señala que la producción de huevo en el mes de febrero del año 2018 sufrió un aumento de demanda en comparación con el año anterior, por lo que advierte una demanda en crecimiento que mantendrá la producción activa del sector y que amerita prestar atención.

De acuerdo a lo mencionado, la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, pertenece al sector avícola, esta empresa inició sus actividades el 16 de junio de 1992, en el distrito de Lurín, dedicada al rubro de crianza de aves de corral. Inversiones Mamay E.I.R.L inició con dos procesos dentro del giro del negocio: (i) proceso de levante, y (ii) proceso de producción; y contó con una fuerza laboral de

20 colaboradores. El 07 de diciembre del 2004 se amplía los siguientes procesos como son: (i) proceso de nutrición, (ii) reproducción, (iii) incubación, (iv) levante y (v) producción y venta; logrando así completar en su gran mayoría todos los procesos del giro del negocio avícola contando actualmente con la suma de 920,043 aves en todos sus procesos y con una producción promedio de 18'165,600 huevos al mes y con una fuerza laboral de 181 personas

La empresa está mejorando los procesos entre sus áreas para ahorrar recursos e incrementar ganancias invirtiendo en galpones automatizados y toda la tecnología que conlleve a incrementar los números en la producción; sin embargo, los cambios no han comprometido una oportuna sensibilización para sus trabajadores generando malestar entre el equipo de trabajo.

En el año 2017, la empresa realizó un estudio con relación al clima laboral de sus colaboradores en el que se identificó que un 66% conoce la visión, misión y valores de la empresa, acorde con la figura 1; pero un 46%, presentados en la figura 2, sienten que no son valorados por la empresa; sólo un 45%, como se puede mostrar en la figura 3, percibe que las nuevas informaciones son explicadas con claridad; y sólo un 30%, como se observa en la figura 4, de los colaboradores al ingresar a laborar recibieron suficiente información del giro del negocio.

Actualmente esos no son los únicos inconvenientes que presenta la empresa, los trabajadores manifiestan que los problemas aún continúan pues sus jefes inmediatos no les brindan las facilidades ni la apertura para poder comunicar alguna duda u observación presentada durante la ejecución de sus labores, no tienen un panorama claro sobre la importancia de las funciones que realizan tanto para el crecimiento de la empresa ni sienten que obtienen alguna realización personal, consideran que el salario que perciben es muy bajo, y lo más importante, no se sienten escuchados ni identificados con la empresa.

Los trabajadores de las líneas de jefaturas o gerenciales no consideran que la comunicación interna sea sinónimo de rentabilidad por lo que han descuidado todo su estructura comunicacional, incluso la de ellos mismo y se han enfocado a

reducir todo aquello que no esté relacionado con el incremento de sus finanzas, recortando el bono de producción que percibían los colaboradores sin ninguna explicación a tiempo.

De esta manera, se identifica que Inversiones Mamay no reconoce la importancia de la comunicación interna que debe ser gestionada conscientemente para aumentar su rentabilidad; al no contar con colaboradores que se sientan valorados por su empresa, la motivación de ellos por ejecutar las funciones se reduce y pierden interés; la poca transparencia de información ha generado un ambiente de desconfianza sin objetivos empresariales claros ni la de su rol en la empresa manteniendo así el nivel de productividad en un margen mínimo.

Palencia (2008) refiere que “[...] examinar y diagnosticar sobre la comunicación interna de una organización es suficientemente importante, nos permite hacer predicciones sobre su salud como entidad” (p.277); es decir, genera conciencia de cómo mejorar procesos para el desarrollo de nuevas estrategias. Fernández, A. (2010) identificó que dentro de las 10 toxinas laborales más comunes en las empresas, la mala comunicación interna era el principal problema laboral según la percepción de los colaboradores. Es decir, existe evidencia que las empresas no tienen un panorama claro para utilizar esta herramienta de manera efectiva, las organizaciones sólo podrán ser exitosas si su capital humano se siente escuchado, recompensado y reconocido.

Por lo tanto, la empresa Mamay E.I.R.L. debe ser consciente del crecimiento de la demanda de su producto y aprovechar los recursos necesarios para que los accionistas y gerencias mejoren la comunicación de sus colaboradores con la organización reflejando resultados rentables. La organización necesita que los canales de comunicación interna sean claros y efectivos, que los objetivos de la organización estén correctamente transmitidos a su personal por lo que el presente trabajo propone realizar un estudio acerca de la percepción de la comunicación interna según los colaboradores en la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L., Lurín, 2018, con la finalidad de describir no sólo la comunicación interna considerando todos los niveles estructurales de la organización, sino también brindar información

que permita desarrollar estrategias con el desempeño de los colaboradores y la filosofía empresarial.

1.2. Trabajos previos

1.2.1 Trabajos previos internacionales

Trujillo (2016) en su investigación titulada *Comunicación interna, participación y desarrollo humano en dos instituciones educativas de Manizales*, planteó como objetivo general la identificación de las formas de comunicación interna, participación y el desarrollo humano de las instituciones educativas de Manizales. La metodología empleada, en cuanto al tipo de investigación fue exploratorio de tipo mixto, de enfoque cuantitativo a través de encuestas y como instrumento el cuestionario. Aplicó la técnica de entrevistas y encuesta; como instrumento utilizó el cuestionario con escala de Likert. La población la conformaron 170 trabajadores, se seleccionó una muestra de 24 personas del área administrativa y docente. La investigación llegó a la conclusión: la gestión de la comunicación interna posibilita la participación y desarrollo de las personas, influye notablemente en la efectividad de las organizaciones. Considero que la investigación promueve el desarrollo de la comunicación interna a través reuniones personales entre el jefe de un área y su personal; además, señala la importancia del trabajo en conjunto entre el área de comunicaciones y la de desarrollo humano

López (2016) en su investigación titulada *Relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional en un instituto de educación superior de la ciudad de Guayaquil*, planteó como objetivo general identificar y describir la relación entre la comunicación y el compromiso organizacional de los empleados. La metodología empleada, en cuanto al tipo de estudio fue descriptivo correlacional, de enfoque cuantitativo con diseño no experimental transversal. Aplicó la técnica de encuesta y como instrumento utilizó el cuestionario con escala de Likert. La población fue el total de personas que laboran en la universidad conformado por 156 colaboradores. El muestreo es

probabilístico simple y la muestra fue conformada por 103 colaboradores. El análisis de datos se realizó a través los diagramas de dispersión y coeficiente de Pearson. La investigación llegó a las siguientes conclusiones: (i) la variable de comunicación y compromiso se relaciona positivamente con la dimensión identificación organizacional entre los colaboradores, (ii) los colaboradores valoran la relación con el supervisor directo y la transparencia de la comunicación. Esta investigación, de acuerdo a mi opinión, muestra distintas oportunidades de mejora a nivel comunicativo y la importancia de una buena comunicación para fomentar el compromiso de los colaboradores y mejorar su rendimiento laboral; y para fortalecer la relación empresa – colaborador.

Vallejo (2015) en su investigación *Análisis de la Gestión de la Comunicación Interna en las empresas informativas de prensa en la sierra Ecuatoriana Caso Diario La Prensa de Chimborazo*, planteó como objetivo general el describir la importancia de la comunicación interna y el análisis situacional de un diario local. La metodología empleada, en cuanto al tipo de estudio fue descriptivo básica, de enfoque cuantitativo con diseño no experimental transversal. Aplicó la técnica de encuesta y como instrumento utilizó el cuestionario con escala de Likert. La población y muestra estuvo conformada por el total de trabajadores del diario La Prensa. La investigación llegó a las siguientes conclusiones: (i) difundir los principios de la comunicación organizacional entre directivos y personal, (ii) diseñar un plan de comunicación para Diario La prensa para mejorar la gestión de la comunicación interna y las condiciones del clima laboral así como el fortalecimiento de la misión y de los principios del diario. Considero que esta investigación aporta claramente en evidenciar que no fortalecer la comunicación de la línea con el staff repercute en el estado de ánimo de los colaboradores generando insatisfacción laboral y poco reconocimiento con la empresa, es un claro ejemplo de que el éxito empresarial va de la mano con el recurso humano.

Gracia (2013) en su investigación titulada *Sistema para el diagnóstico de la Comunicación Interna caso de estudio Instituto Nacional del niño y Familia*. España, planteó como objetivo general implementar un sistema para el diagnóstico de la comunicación interna, que contribuya a mejorar y sistematizar los procesos

comunicativos de la institución. La metodología empleada, en cuanto al tipo de investigación fue descriptivo básica, de enfoque cuantitativo, diseño no experimental transeccional. Aplicó la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario de escala de Likert. La población fue conformada por 80 trabajadores, la muestra fue conformada por 20 trabajadores. La investigación llegó a la conclusión: las necesidades de Comunicación están intrínsecamente ligadas a la gerencia de su comunicación Interna y debe responder procedimientos elaborados a partir de las necesidades de interrelación de sus recursos humanos. Considero que esta investigación aporta en el diagnóstico situacional de la comunicación interna recabando información sobre la importancia de difundir la misión, visión de la empresa a sus colaboradores; además de sensibilizar a cada uno de ellos para desarrollar estrategias, deja en claro que el reconocimiento interno de cada colaborador se ve debilitado por no tener claro estos elementos.

1.2.2 Trabajos previos nacionales

Charry (2017) en su investigación titulada *Gestión de la comunicación interna y su relación con el clima organizacional*, planteó como objetivo general establecer la relación entre la gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en la Unidad de Gestión Educativa Local N°03 de Lima metropolitana durante el segundo trimestre del 2016. La metodología, el tipo de investigación fue descriptivo correlacional, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental transversal. Aplicó la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario. La población la conformaron 285 trabajadores. El muestreo fue de tipo probabilístico de selección aleatoria simple estratificada, la muestra estuvo conformado por 200 personas. La investigación concluyó que existe relación significativa entre la gestión de la comunicación interna y el clima organizacional. Considero que esta investigación demuestra el descuido del sector público respecto a la gestión de la comunicación interna y su repercusión a nivel macro relacionada con el clima organizacional, opta por mejorar canales de comunicación interna para el buen desempeño y desarrollo de los colaboradores y la empresa.

Roncal y Zelada (2017) en su investigación titulada *La comunicación interna y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa GAP de Trujillo en el 2017*, plantearon como objetivo general determinar la incidencia de la comunicación interna en el desempeño laboral de los trabajadores. La metodología empleada, en cuanto al tipo de investigación fue descriptivo correlacional, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental transversal. Aplicó la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario con escala de Likert. La población fue conformada por 35 trabajadores. El muestreo fue no probabilístico por que la población objetiva es de un tamaño accesible por lo tanto la muestra estuvo conformada por los 35 trabajadores de la empresa. Se aplicó el coeficiente de Pearson para la validez del instrumento obteniendo un $r_p = 0.922$ ($r_p > 0.70$) para la comunicación interna y $r_p = 0.909$ ($r_p > 0.70$) para el desempeño laboral; así como el método de Alfa de Cronbach para la confiabilidad obteniendo $\alpha = 0.951$ ($\alpha > 0.70$) para la comunicación interna y $\alpha = 0.955$ ($\alpha > 0.70$) para el desempeño laboral. Llegó a las siguientes conclusiones: (a) el nivel de la comunicación interna de los trabajadores es 54.3% de percepción de los colaboradores, (b) la comunicación interna influye significativamente en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa GAP. Considero que esta investigación fomenta la importancia de la transparencia a nivel informativo sobre la empresa hacia los trabajadores, involucra el aspecto motivacional así como también el reconocimiento del equipo de trabajo con la labor que realiza.

Quiroz (2015) en su investigación titulada *Percepción sobre la comunicación interna en la cooperativa Minera Cerro San Francisco Responsabilidad Limitada*, planteó como objetivo general determinar la percepción sobre la comunicación interna en la Cooperativa Minera. La metodología empleada, en cuanto al tipo de investigación fue descriptiva, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental transeccional. Aplicó la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario de escala de Likert. La población fue conformada por 160 socios contratistas operadores. Se aplicó un muestreo probabilístico, la muestra estuvo conformada por 66 socios. Esta investigación concluyó: la percepción sobre la comunicación interna es 53.0% lo que significa que la comunicación interna siempre actúa como

lubricante de la cooperativa siendo un elemento dinámico respecto al desempeño laboral, políticas de gestión y la situación financiera en las dimensiones descendentes y ascendentes. Mi apreciación respecto a esta investigación está relacionada con la claridad en la que plasma la variable comunicación interna para mejorar procesos administrativos con el fin de implementar planes de mejora en la empresa, basados en el trabajo en equipo y políticas de gestión.

Quiñones (2015) en su investigación titulada *Comunicación Interna en la Oficina General de Gestión de Recursos Humanos del Ministerio de Agricultura y Riego-2015*, planteó como objetivo principal comparar la comunicación interna entre trabajadores. La metodología empleada, en cuanto al tipo de investigación fue descriptiva comparativa, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental transversal. Aplicó la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario de escala de Likert. La población fue conformada por 52 profesionales y 87 técnicos siendo un total de 139 trabajadores. El muestreo fue no probabilístico de tipo censal considerando como muestra los 139 trabajadores. Esta investigación llegó a la conclusión que no existe diferencias entre la percepción de la comunicación interna y los trabajadores profesionales y técnicos de la oficina general. Considero que esta investigación demuestra que la gestión de la comunicación interna se percibe de manera estructural para todo el equipo de trabajo por lo que es importante el identificar el tipo de información que puede ser compartida para motivar y hacer partícipe de los logros, cambios y estrategias que la empresa desea promover.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Variable Comunicación Interna

La Comunicación interna ha sido subvalorada por mucho tiempo; sin embargo, muchos autores han definido la comunicación interna desde distintas perspectivas.

La comunicación interna para Trelles (2004) se basa en la orientación de las conductas individuales y relaciones interpersonales a través de acuerdos que los

conlleven a cumplir objetivos en común, la comunicación interna facilita la adaptación al cambio.

Preciado y Etayo (2014) afirman que:

En concordancia con los métodos que eligen para influir y motivar, los líderes fomentan la descentralización en la toma de decisiones de la manera como lo posibilita el empoderamiento, porque consideran que es la oportunidad que tienen los empleados para correr riesgos, asumir responsabilidades y verificar si pueden alcanzar metas. De acuerdo con ello, y para conocer la medida del esfuerzo que debe aplicarse, confrontan la realidad de forma permanente. Se esmeran en buscar la verdad, porque reconocen que sólo se avanza en la medida en que se compara lo planificado con los logros efectivos. (p.430)

Por lo tanto, los métodos tradicionales que promovían la mejora de resultados concentrando el trabajo sólo en los procesos han dado un giro para ser enfocados en todo el equipo de trabajo desde los niveles de staff hasta los niveles de línea integrando de esta manera a las nuevas tendencias laborales que mejoren las relaciones comunicacionales y promueva un feedback activo.

Para Kreps (1990), la comunicación interna se define como la interacción de los miembros dentro de una organización, alineados a los objetivos del recurso humano tanto como al de la empresa. Además, Chiavenato (como se citó en Robbins y Judge, 2013) indica que “[...] la comunicación interna es el proceso mediante el cual las personas intercambian información en sus organizaciones” (p. 321), por lo tanto la comunicación aclara la razón de ser de los individuos, las metas de la organización que deben ser apoyadas a través de la retroalimentación y reforzamiento como estímulos para que el recurso humano se involucre en los procesos.

Rodríguez (2005) la define como:

“actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes originados por los diversos medios de comunicación, con el objetivo de proveer comunicación, unión, motivación y así alcanzar las metas establecidas por la organización”. (π.6)

Es decir, la comunicación interna involucra y concierne a todos los miembros de la empresa pertenecientes a la línea o al staff; el involucrar a todos promueve la integración que dará como resultado fortalecer la productividad y mejorar los resultados hacia una mejor administración de los recursos.

Arru (2014) fundador de la Comisión de Comunicaciones Interna de ADRHA (Asociación de Recursos Humanos de la Argentina), señaló que la alineación del personal con las estrategias de las empresas son vitales para la organización; por ello, la gestión de la misma marcará la diferencia entre una buena y mala planificación. Además, señala que “la comunicación ayuda a las organizaciones a transmitir los valores intangibles sobre los que se asienta su identidad y su negocio, que son activos más preciados”. (π.2)

El intercambio de información fomentará la motivación por reconocerse como miembro de la empresa a través del valor del trabajo individual y colectivo. Andrade (2005) utiliza el equivalente del sistema circulatorio para referirse a la comunicación resaltando que el compartir ampliamente la información contribuye con el oxígeno suficiente para la supervivencia del sistema.

Fernández y Sánchez (2013) afirmaron que “sin comunicación interna, los miembros de la organización no sabrán cómo actuar, como hacer correctamente su labor y tampoco conocerán cuales son los objetivos para los que trabaja ni como optimizar su actividad” (p.36). Para Bustamante (2013) es fundamental el trabajo en equipo tanto como el de capacitar y promover la comunicación que favorezca al

clima laboral y desarrolle políticas comunicativas; Araya (2010) coincidió que de esta manera se promueve las metas organizacionales y se integra el colectivo laboral generando nuevas condiciones laborales.

Montoya (2010), la comunicación interna es una “herramienta de dirección y administración” (p.36), permite difundir información y promueve la participación de los miembros de la organización. Otro aporte relacionado es la de Rabinowitz (2014), quien define la comunicación interna como el “intercambio de ideas y opiniones, el desarrollo de relaciones y la conversación personal. Ocurre en todas direcciones entre el personal de primera línea, administradores, supervisores y personal de apoyo, voluntarios y, tal vez, incluso la junta directiva”. (p.2)

Es así que la comunicación interna se compone a medida del tiempo en un indicador prioritario para la difusión de información así como la corroboración de su entendimiento junto a la participación de todos los involucrados para mejorar la salud de la organización.

1.3.2 Modelos y/o teorías que fundamentan la Comunicación interna

Según Nosnik (1991) la teoría de los sistemas tiene un enfoque claro desde la comunicación en las organizaciones, esta teoría se enfoca en la planificación considerando la estructura de la empresa que está en permanente transformación centrándose en la dinámica entre áreas que deben trabajar para un fin común y no pueden ser independientes entre sí. Esta teoría está conformado por (i) la organización como sistema, (ii) aspectos estructurales considerando las personas y los elementos así como la interacción entre ellas, y (iii) las características desde la evaluación, desarrollo y mejoramiento.

Van (1981) la teoría de los sistemas desde la comunicación señala que la estructura propuesta por Ludwing cumple con la interacción interna y externa entre la identidad de cada sistema y la organización, siendo ambos modificables y

ajustables de acuerdo a cada realidad. Al tener un equilibrio de los elementos comunicativos, la comunicación será efectiva; por lo tanto la función de cada área está interrelacionada al sistema y la descripción de la realidad para ofrecer un vínculo que adapte los nuevos cambios del sistema.

Según Serrano, Piñuel, Gracia y Arias (1982) proponen la teoría de la comunicación, que considera el área social: (i) Sistema social para la regulación de las obligaciones, (ii) Sistema comunicativo en donde resalta el uso de patrones de expresión, y (iii) sistema de conocimientos y representaciones culturales, para que el colaborar se sienta valorado y sus expectativas de crecimiento sigan incrementando.

Esta teoría, así como la teoría de los sistemas, refuerza la concurrencia de todos los componentes para una comunicación efectiva en pro de aprovechar tiempo para lograr transmitir y obtener una percepción positiva de la información dentro del sistema social u organización en el que se consideren las normas, valores, y toda actividad que pueda modificar a la organización.

La Teoría Clásica de la comunicación se basa en el rol de trabajador sujeto a motivación considerando ser premiado o castigado dependiendo de su desempeño. Esta teoría es sostenida por Frederick Taylor promotor de la investigación científica en el trabajo, Henri Fayol con su enfoque clásico de la administración y Max Weber con el modelo burocrático; estos autores mantienen el enfoque funcional y básico bajo el criterio de trabajar para servir y obedecer al emisor u área de control. Se establece que las áreas directivas se interesan por un control descendente intercambiando horas hombre por un reconocimiento económico.

Forero y García (2012) indican que esta teoría se enfoca en la única motivación de conservar el puesto laboral, siendo la comunicación de un solo sentido y por jerarquía, por lo tanto, los únicos favorecidos en su mayoría serían quienes se encuentran en la principal estructura piramidal, esta teoría rechaza la comunicación entre áreas más sólo considera la toma de decisiones que influyan

en la rentabilidad sin necesidad de considerar algún cuidado o control del medio informativo; centraliza dudas y no da apertura para las consultas.

La teoría Humanista según Mínguez (2000) comprende las actitudes, trabajo en equipo y las relaciones sociales como vitales en la organización. Esta teoría, en la comunicación, se enfoca en el desempeño laboral a través de las relaciones humanas considerando nuevos estilos de dirección participativo, mayor comunicación desde los subordinados hasta la dirección.

Maslow concibe la teoría humanista a favor del aprendizaje vivencial, esta teoría se caracteriza por establecer reestructuraciones desde la comprensión de la información; es decir, las opiniones de los colaboradores son importantes para fortalecer las relaciones laborales en la empresa y promover su desarrollo así como el permitir establecer os cambios necesarios que enriquezcan el desempeño y la toma decisiones, es importante mencionar que la confianza para establecer la comunicación es vital en esta teoría puesto que la información fluirá efectivamente por interés de la gerencia y el reconocimiento de su equipo de trabajo.

Es importante mencionar que la comunicación, parte de un sistema dinámico, está en constante cambio y debe ser ajustada a cada una de las variaciones en el medio empresarial. La teoría del caos y el rumor, según Redinside (2016) indica la descripción del dinamismo al cual la comunicación está sujeta y la importancia de estar preparada para adaptarse al cambio; es decir, la modificación del proceso comunicacional resulta en una alteración de toda la comunicación interna siendo un proceso constante que debe estar bajo control.

Por lo tanto, cualquier condición que altere la comunicación inicial tendrá un impacto positivo o negativo, las estrategias para adaptarse a este constante cambio apoyaran en preveer conflictos que pongan bajo tensión a la empresa. Esta teoría se basa en la impredecible y errático no siendo un proceso lineal sino de continua participación entre los agentes de comunicación como el emisor y receptor básicamente.

Publicaciones Vértice S.L (2008) señala que la comunicación es el canal más adecuado para el intercambio de información que permita la resolución de conflictos, además los elementos que considera en el proceso comunicativo son el emisor, mensaje, código, canal, receptor, retroalimentación y ruido. Destaca la importancia del feedback para diferenciar una comunicación efectiva de cualquier acción en la que sólo se comparta información

De acuerdo a las áreas jerárquicas en las empresas se mencionan tres modelos de comunicación: (i) Comunicación descendente, comunicación que se inicia desde la línea o niveles directivos hacia los empleados, proporciona retroalimentación de los involucrados; (ii) Comunicación ascendente, la información fluye desde el staff o colaboradores en puestos operativos hasta las líneas directivas, permite informar lo necesario para la ejecución de las labores ; (iii) Comunicación horizontal, se refiere al intercambio de información entre colaboradores dentro de un nivel jerárquico o de mando (Zumaeta,2012).

Merlano (2012) según Robbins, la comunicación descendente es la más usada en los últimos años fundamentalmente para indicar órdenes y establecer diferencia entre las áreas de mando y los subordinados, el colaborador recibe indicaciones pero también retroalimentación sobre el desempeño de su labor a su vez comparten las políticas de la empresa. Por otro lado, la comunicación ascendente completa la estructura de la comunicación sensibilizando el sentir de los trabajadores hacia los directivos en relación no sólo al trabajo. Finalmente, la comunicación lateral u horizontal en su mayoría se realiza verbalmente y también indican la retroalimentación del grupo de trabajo, pueden desarrollarse de manera formal o informal puesto que es el medio de comunicación para conocer al grupo de trabajo e identificar la manera en la que se desenvuelven y desarrollan una comunicación directa.

Goldhaber (1984) coincidió con estas divisiones planteando el objetivo de brindar un feedback a los colaboradores y que ellos puedan participar y realizar sugerencias a favor de la organización. Por otro lado, Kreps, según Vásquez (2010), considera que la comunicación en las organizaciones tiene dos enfoques,

comunicación formal e informal. La comunicación formal, establecida directamente por la empresa, todo lo que la organización desea informar a sus colaboradores en todas las áreas; y la comunicación informal, que fluye por interacciones sociales naturales; por ejemplo, en actividades de confraternidad, es importante mencionar que en este tipo de comunicación es donde el sentido de pertenencia del colaborador y la confianza en la empresa en la que labora queda enmarcado construyendo de a pocos la identificación laboral.

La comunicación interna es un recurso que demanda una gestión basada en estrategias para aumentar la productividad mediante la implicancia del personal. Formanchuck (2010) establece el modelo de comunicación 2.0 considerando que la interacción debe realizarse en más de un área de trabajo basados en un fácil acceso, en la igualdad, disponibilidad, usabilidad, participación, colaboración, construcción colectiva, respuesta, escucha, respeto, reducción del ego, interacción de la red, reducción del control, horizontalidad y desintermediación.

Todos estos aspectos dan respuesta a una nueva tendencia de comunicación, involucrando medios digitales y tradicionales desde el conocimiento del colaborador para desarrollar su trabajo, la razón de la labor que realiza, mejorar su función en base a la resolución de sus dudas y capacitación, y proactividad.

Tessi (2012) propone la Metodología de comunicación 1A (Primero Adentro), que desarrolla la importancia de comunicar desde la visión de los directores de la empresa al percibir resultados y el área de comunicaciones que fortalece y toma decisiones que afectaran a todos los integrantes de la empresa, presenta desde su experiencia profesional casos de estudio en distintos países de hispanoamérica manifestando la necesidad de gestionar la comunicación laboral.

La comunicación interna motiva la participación de los integrantes aún si no tienen intención de manifestar nada, es decir, todo el equipo de trabajo puede alinearse estratégicamente si todos se comunican entre sí. Tessi (2011) propone dar valor a la gestión comunicacional puesto que las empresas intencionalmente o

no, generan comunicación entre áreas y en la actualidad, por no ser tratada de forma estratégica, carecen de inversión mayoritariamente en Latinoamérica.

Además, muchos esfuerzos han sido concentrados en el tipo externo de la comunicación referido a las áreas públicas, tratando de fortalecer la competitividad empresarial pero el punto de partida no deja de ser el mensaje transmitido al equipo de trabajo y la evangelización de la palabra. Las estrategias comunicacionales internas sólo tendrán valor si se reconoce la importancia de escuchar y comprender los lineamientos empresariales.

La comunicación interna aporta valor económico si se gestiona de manera integrada; este tipo de comunicación ha tomado forma gracias al modelo 1A de Manuel Tessi quien determina tres dimensiones de alcance estratégico: (i) dimensión intrapersonal, que gestiona la palabra escrito y oral desde el pensamiento, para integrar indicadores a todo nivel; (ii) dimensión interpersonal, generada en el día a día con la convivencia laboral, es decir, la gestión de la palabra oral; y (iii) dimensión institucional, dimensión que gesta la comunicación formal o escrita de la empresa hacia el trabajador.

Las tres dimensiones fueron planteadas de acuerdo a los intereses de todo el equipo laboral considerando respectivamente lo que se quiere decir y se dice, no dice y se desconoce; intereses que deben ser atendidos y manifestados de manera sistemática. Peña y Batalla (2016) resaltan la importancia del modelo de Manuel Tessi e indican que el análisis en simultáneo de sus tres dimensiones mejorará la comunicación de manera integral atendiendo la brecha generada entre el staff y la línea.

Este autor aporta ventajas directas en cuanto a la gestión de la comunicación en una empresa, prestando atención a la jerarquía de la pirámide quienes marcaran la pauta de la conducción de roles para asignar recursos necesarios que administren eficazmente las comunicaciones.

Para esta investigación se desarrolló la metodología propuesta por Manuel Tessi, “Metodología de Comunica 1A”, sobre la gestión de la comunicación interna de manera integrada y estratégica en sus tres dimensiones, puesto que el orden de su metodología aporta un enfoque que valora los intereses de los colaboradores en afinidad con los objetivos de las empresas que impactan en los resultados de la organización; además de promover una gerencia organizada que fomente la interacción entre áreas, posicionamiento del rol de cada integrante en la empresa para escuchar, capitalizar quejas , ordenar y medir logros.

1.3.3 Dimensiones de la Variable Comunicación interna

Dimensión 1: Comunicación intrapersonal

Valdez (2009) señala que ese tipo de comunicación se caracteriza por procesar la información de forma interna, involucra al emisor y al receptor intrapersonal; es decir, el receptor es el mismo individuo quien recepciona la información.

Aguado (2004) hace referencia a la comunicación intrapersonal como el diálogo interior, momento en el que interiorizamos las experiencias prácticas y reflexiones para grabarlas y complementar nuestro aprendizaje. Para García (1998) se define como un eje que involucra el sujeto, la empresa y el clima laboral, y son estos elementos que desarrollan la personalidad de la empresa y del perfil del trabajador.

Para Tessi (2017), la comunicación intrapersonal se enfoca en la gestión de la línea gerencial o responsables de la organización a favor de fortalecer la comunicación directiva. Este tipo de comunicación prepara a la línea para ser escuchados, puedan comprenderse a sí mismos y puedan enseñar a los demás.

Dimensión 2: Comunicación interpersonal

Para Wiemann (2011) la comunicación interpersonal es base de grupos sociales como familiar, amical, laboral entre otros, siendo prioritario su desarrollo puesto que promueve la participación de las masas. Davis y Newstrom (2003) hacen referencia a este proceso como el contacto a través de la información, entre dos o más personas, que promueva una respuesta actitudinal o de reflexión.

La comunicación interpersonal busca la reacción del involucrado para establecer un vínculo comunicacional entre dos o más personas, Estanqueiro (2006) señala que es “saber escuchar, más que hablar” (p.63), involucra prudencia e interés; Zayas (2011) sostiene que es el tipo de comunicación más efectiva puesto que es de tipo directa e intensa.

Tessi (2012) describe la comunicación interpersonal al salario y sentido llamado modelos 2S desde un punto de vista material e inmaterial ,los colaboradores consideran más el sentido que el salario, por lo tanto un trabajador con mayor sentido generará mejores resultados y por consecuencia el salario también. Esta comunicación es la más sensible puesto que se práctica mayormente de manera oral, por lo tanto es susceptible a todo tipo de mensaje ya sea formal e informal capaz de perjudicar el sentido del colaborador o no. El trabajo en equipo es principal para mejorar resultados, motivar la productividad y valorar el rol de los colaboradores.

Dimensión 3: Comunicación institucional

Según Cornelissen (2008) la comunicación institucional fomenta la coordinación a favor de una reputación favorable con los miembros de la empresa, “refuerza la visión funcional de la Comunicación Institucional que introduce el concepto de públicos e intenta proyectar la idea de dependencia recíproca entre la empresa y los diferentes colectivos genéricos de una organización”. (p.9)

La comunicación institucional, para Rodrich (2012) considera “como función integradora de la actividad comunicativa enfocada a lograr una buena comunicación de su reputación” (p.226), es decir se brinda un valor a los propios miembros de la organización, además de atributos con visibilidad, diferenciación, autenticidad, entre otros.

Tessi (2012) define la comunicación institucional como el medio para establecer un vínculo de calidad entre los colaboradores y la organización. Propone el escuchar, emitir y empatizar la comunicación que la organización realiza; esta secuencia lleva el nombre de modelo 3E, modelo que busca la comprensión emocional del mensaje y su empatía a través de la escucha efectiva. Las organizaciones intencionalmente o no envían mensajes a sus colaboradores en todo momento ya sea de manera formal, informal.

1.3.4 Importancia y otros

Inversiones Mamay E.I.R.L realizó una encuesta empírica a sus trabajadores en el año 2017 acerca del clima laboral, en el que se encontró resultados preocupantes relacionados con la variable Comunicación interna:

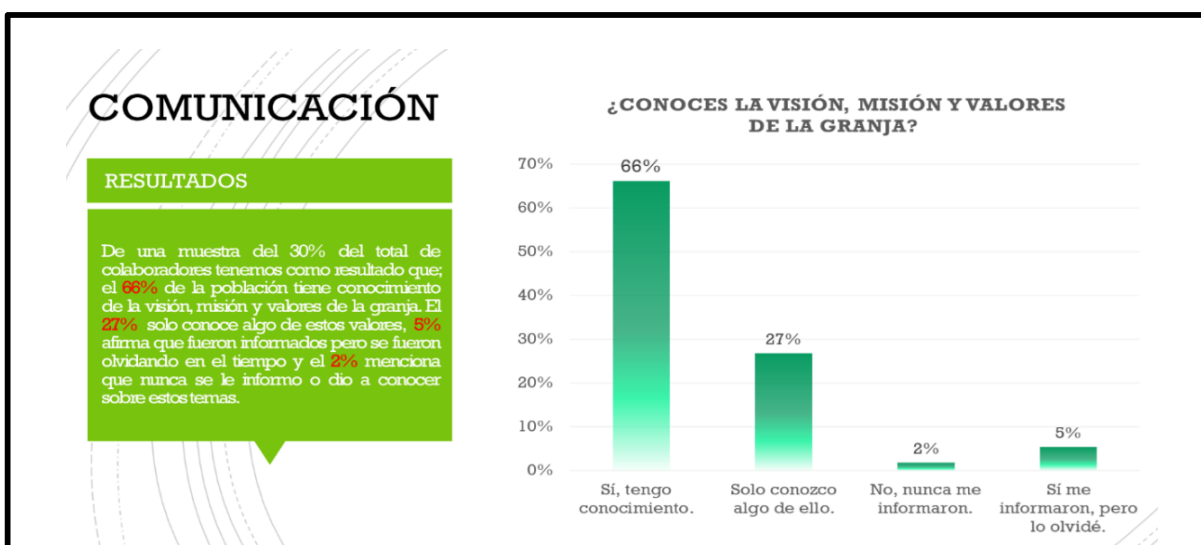


Figura 1 ¿Conoces la visión, Misión y Valores de la Granja?

Nota: Los datos se obtuvieron del área de Recursos Humanos de la empresa Inversiones Mamay EIRL, Lurín, 2017.

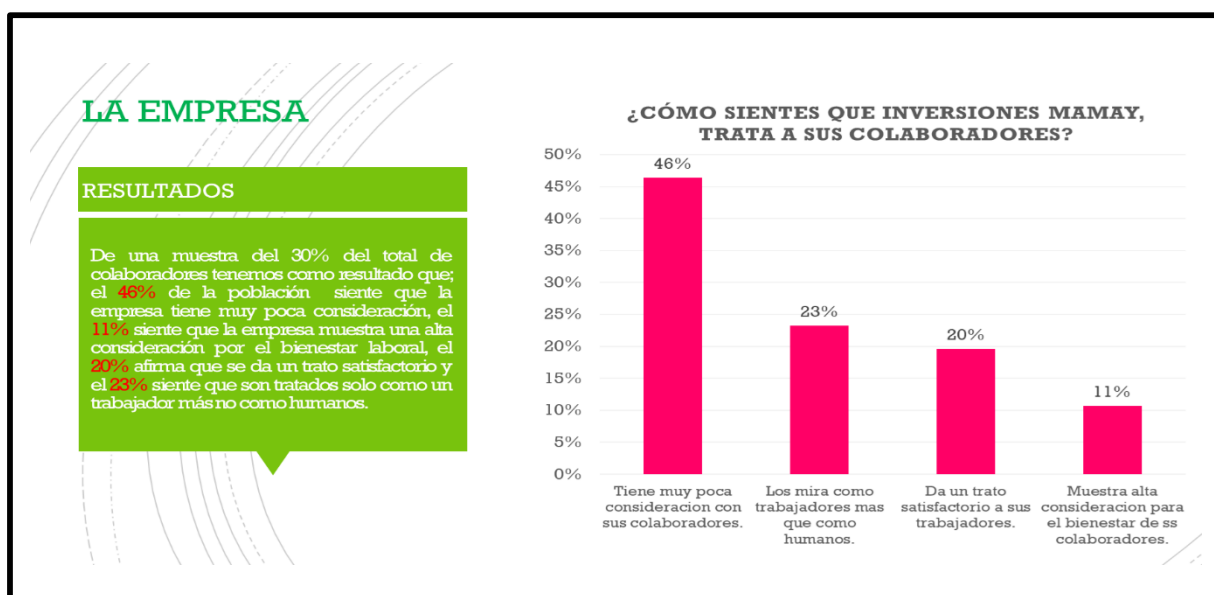


Figura 2 ¿Cómo sientes que Inversiones Mamay, trata a sus colaboradores?

Nota: Los datos se obtuvieron del área de Recursos Humanos de la empresa Inversiones Mamay EIRL, Lurín, 2017.

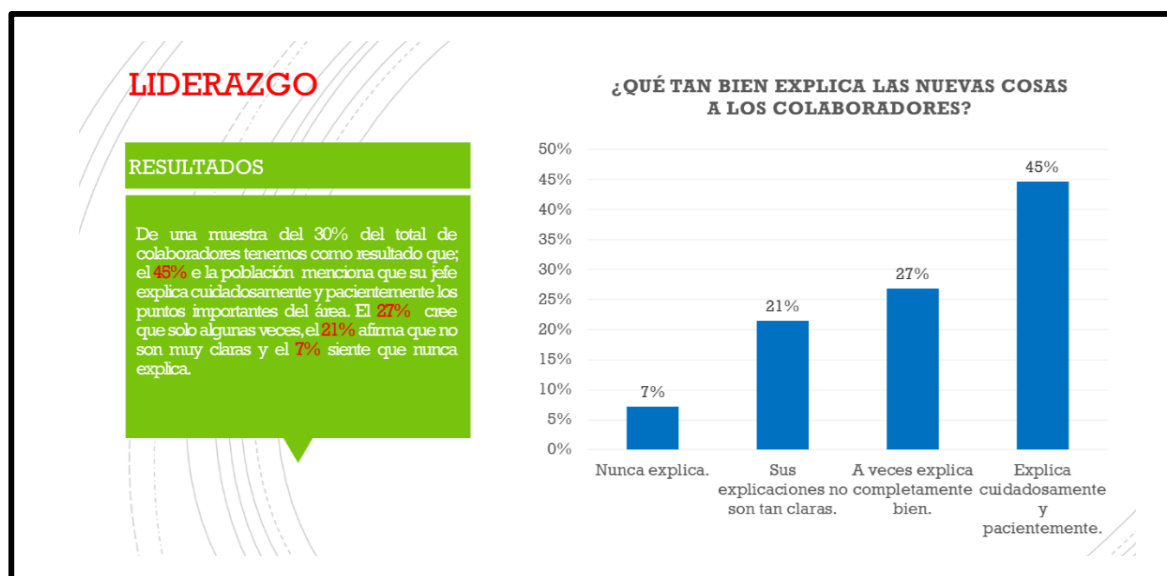


Figura 3 ¿Qué tan bien explica las nuevas cosas a los colaboradores?

Nota: Los datos se obtuvieron del área de Recursos Humanos de la empresa Inversiones Mamay EIRL, Lurín, 2017.

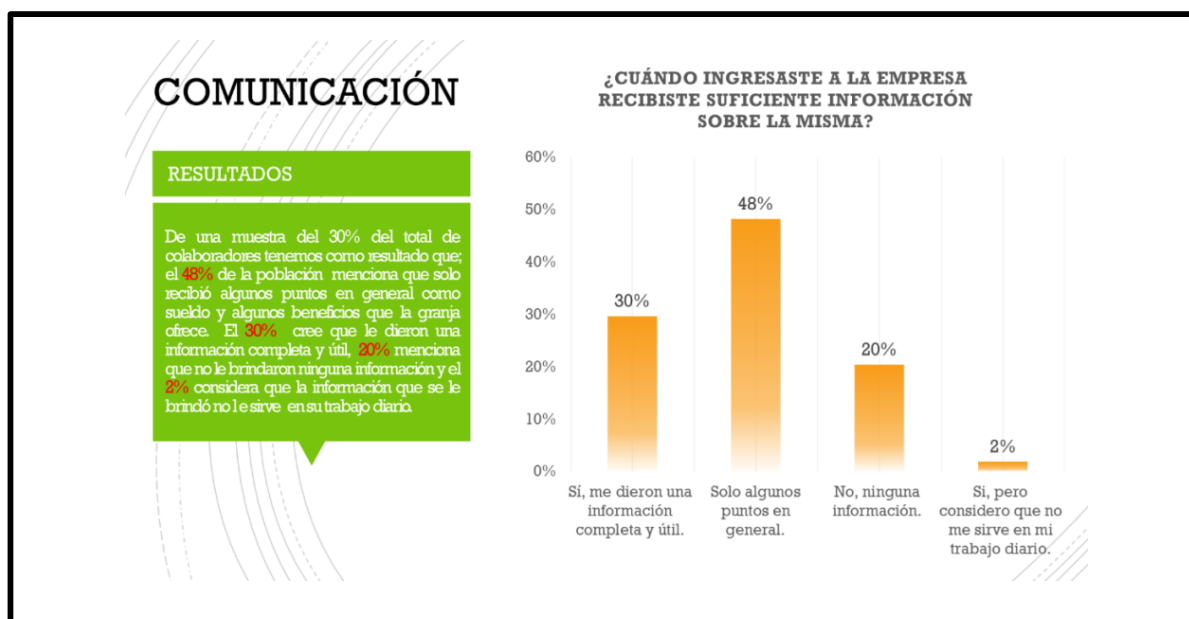


Figura 4 ¿Cuándo ingresaste a la empresa recibiste suficiente información sobre la misma?

Nota: Los datos se obtuvieron del área de Recursos Humanos de la empresa Inversiones Mamay EIRL, Lurín, 2017.

Como se puede observar en los gráficos, del total de trabajadores en el 2017 sólo un 66% conocía la visión, misión y valores de la empresa; un 46% percibía que la empresa tenía muy poca consideración con ellos; que la información que explicaban sobre los procesos nuevos o cambios en la estructura eran explicados cuidadosamente y pacientemente con un 45%, y que sólo a un 48% del personal se les explico sobre la empresa y sus objetivos empresariales o giro del negocio.

Por ello es importante fortalecer la relación de los colaboradores con los directivos a través de una comunicación eficaz para influir en los resultados empresariales a través de su productividad y nivel de compromiso (Hinojosa, 2010).

Para EHB (2010) la comunicación se divide de acuerdo al canal en forma: (i) Escrita, mediante gráficas, letras; (ii) Oral, de manera hablada; y (iii) No verbal, considera expresiones faciales, corporales. Almenara, Romeo y Roca (2005) refiere que todo canal de la comunicación comparte conocimiento siempre que sea transmitida de manera adecuada, del mismo modo que el sistema nervioso en nuestro organismo

,ya que la comunicación en la organización es el medio que posibilita la mejor conexión con el recurso humano a través de sus estructuras comunicativas.

Según Etchegaray (2010), la comunicación interna puede ser formal e informal. La comunicación formal utiliza herramientas protocolares como manuales, reglamentos, entre otros; la comunicación informal no tiene canales pre establecidos, surge espontáneamente, se le conoce también como ruidos o rumores. Además, Lacasa (2011) afirma que la comunicación formal se origina de un nivel jerárquico superior, mientras que la comunicación informal circula entre colaboradores del mismo nivel jerárquico y no necesariamente se comprueba su veracidad.

Tessi (2012) organiza el sistema comunicativo basado en el aporte para la organización a través de una estructura integrada al factor operativo , estratégico y cultural, resalta la importancia de la comunicación interna considerando tres modelos para las dimensiones de comunicación institucional, intrapersonal e interpersonal.



Figura 5 Comunicación (1 A)

Nota: "Sistema 1A del método de Manuel Tessi", tomado de la revista RedINSIDE

AE Business School (2017) considera como principales medios: (a) reuniones, (b) intranet, (c) e-mails, (d) eventos sociales, (e) chats internos y (f) redes sociales corporativas.



Figura 6 Medios y Canales para la comunicación Interna Corporativa
Nota: Tomado de la página web de EAE Business School

Un proceso que acompañará a la comunicación interna durante su evolución es el método de Storytelling, Tessi (2017), en su página web SIC 1A, Sistema integrado de consultoría lo identifica como un “proceso que acompaña a las organizaciones para forjar su propio relato interno” (π.10); es decir, convertir las experiencias de logro y aprendizaje de la empresa en relatos estratégicos que serán narradas por los colaboradores al socializarla.



Figura 7 Dimensiones de la comunicación interna
Nota: “Comunicación Interna”, tomado del libro Comunicación interna en la práctica

Goldhaber (1984) considera el medio ambiente como un sistema en donde se genera la comunicación, y contempla a las personas, y su relación con los mensajes en ambos sentidos que son influenciados por la organización y estos ocurren dentro del medio natural.

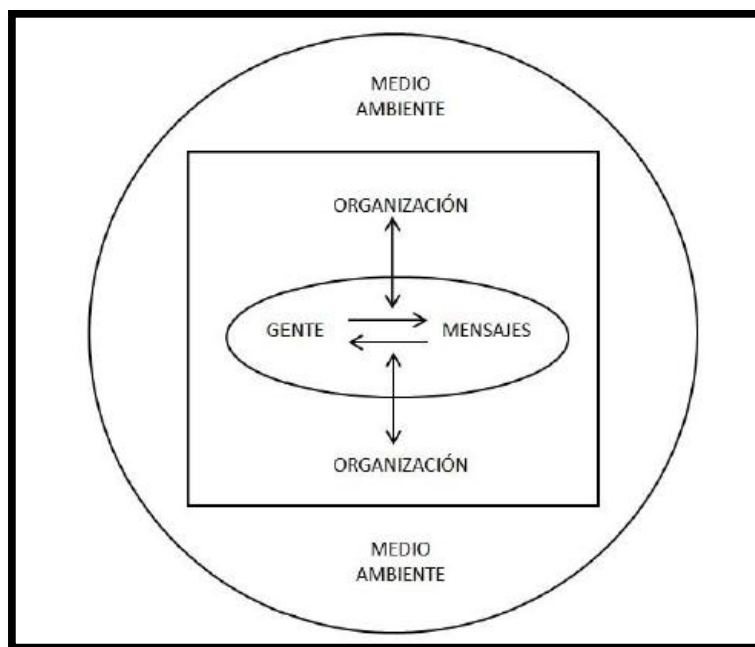


Figura 8 Ejemplo de Comunicación organizacional y el medio natural
 Nota: "Medio natural", tomado del libro Comunicación Organizacional.

1.4. Formulación del problema

1.4.1 Problema general

¿Cuál es el nivel de Comunicación interna según los colaboradores de la empresa Mamay E.I.R.L., Lurín, 2018?

1.4.2 Problemas específicos

Problema específico 1

¿Cuál es el nivel de Comunicación intrapersonal según los colaboradores de la empresa Mamay E.I.R.L., Lurín, 2018?

Problema específico 2

¿Cuál es el nivel de Comunicación interpersonal según los colaboradores de la empresa Mamay E.I.R.L., Lurín, 2018?

Problema específico 3

¿Cuál es el nivel de Comunicación institucional según los colaboradores de la empresa Mamay E.I.R.L., Lurín, 2018?

1.5. Justificación del Estudio

Esta investigación tiene como fin el ofrecer a los accionistas y gerentes de la empresa Mamay E.I.R.L. un documento que corrobore mejorar la comunicación interna y permita analizar estrategias para mejorar las competencias laborales de los colaboradores.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican que la justificación es “la exposición de sus razones...porque es conveniente llevar a cabo la investigación y cuáles son los beneficios que se derivarán de ella” (p.40), la justificación debe ser corta y redactada de manera sencilla.

1.5.1 Justificación teórica

La investigación se justifica teóricamente por que la variable comunicación interna se desarrolló bajo el enfoque de la teoría de Manuel Tessi denominada Metodología de Comunicación 1A.

Permite precisar conocimientos científicos a favor de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L; además de otros investigadores sobre las implicancias de la comunicación interna percibida desde los colaboradores.

1.5.2 Justificación práctica

Esta investigación se justifica de manera práctica por describir la comunicación interna y su importancia en el proceso de crecimiento de una organización considerando el recurso humano perteneciente a la línea y al staff tanto de empresas privadas como de empresas públicas. Promueve el análisis del rol de los colaboradores y la trascendencia de la comunicación en la productividad que motive el desarrollo de estrategias desde un diagnóstico situacional para la toma de decisiones de los directivos relacionados con la comunicación interna de la empresa.

1.5.3 Justificación metodológica

La investigación se justifica metodológicamente por que la variable Comunicación Interna se desarrolló bajo el tipo de investigación básica, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, de nivel descriptivo que desarrolla instrumentos de recolección de datos que tienen validez y confiabilidad.

1.6. Objetivos

Los objetivos expresan el propósito principal de la investigación; así como los alcances de forma específica. De acuerdo al autor Arias (2012) en su libro el proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica, lo define como el fin exacto de la investigación que se desprende de una buena formulación del problema.

Los objetivos deben ser relevantes, claros y alineados a la formulación del problema planteado.

1.6.1 Objetivo general

Determinar el nivel de Comunicación interna según los colaboradores de la empresa Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018.

1.6.2 Objetivos específicos

Objetivo específico 1

Determinar el nivel de Comunicación Intrapersonal según los colaboradores de la empresa Mamay E.I.R.L., Lurín, 2018.

Objetivo específico 2

Determinar el nivel de Comunicación Interpersonal según los colaboradores de la empresa Mamay E.I.R.L., Lurín, 2018.

Objetivo específico 3

Determinar el nivel de Comunicación Institucional según los colaboradores de la empresa Mamay E.I.R.L., Lurín, 2018.

II. Método

2.1. Diseño de Investigación

El diseño de investigación para Hurtado de Barrera (2010), en su libro *El proyecto de investigación* 3era edición, se refiere al procedimiento para recabar datos y dar respuesta a las preguntas de investigación (p.20).

La presente investigación utilizó el método deductivo; que abarca una premisa general a una específica, según Maya (2014), este tipo de investigación parte desde una verdad universal para llegar a conclusiones particulares que permitan comprender situaciones concretas desde lo ya conocido.

El enfoque de esta investigación fue el enfoque cuantitativo de medición estadística, según Tamayo T. y Tamayo M. (2009), en el proceso de la investigación científica, el enfoque cuantitativo permite el contraste de teorías ya existentes con una muestra representativa para la medición de variables en un determinado contexto.

La investigación desarrollada fue de tipo básica, de acuerdo a la fuente de datos es una investigación de campo puesto que se apoya de encuestas para la recopilación de datos. Cívicos y Hernández (2007) indican que este tipo de investigación pura o exacta, parte desde el objeto de estudio para obtener resultados que contribuyan al desarrollo de nuevos avances científicos.

De acuerdo al nivel de profundidad de estudio, la investigación fue descriptiva, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que “los estudios descriptivos buscan especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice, describe tendencias de un grupo o población” (p.92).

El diseño de la investigación fue no experimental de corte Transversal en el que se utilizó en un único tiempo para la recopilación de datos. Kerlinger (1979) precisa que una investigación de diseño no experimental, observa fenómenos en su contexto natural para su análisis sin manipulación, se limita a la observación de situaciones ya existentes no provocadas intencionalmente por el investigador. Hernández, Fernández y Baptista (2014) también indican que no existe manipulación de la variable por consiguiente no crea una situación; además define

como transversal puesto que recolecta datos en un único momento para su descripción.

A continuación el esquema que grafica este diseño:

M O

Donde:

M= Muestra

O= Observación de la muestra

2.2. Variables, operacionalización

2.2.1 Variable Comunicación interna

Definición conceptual:

La comunicación interna es el “intercambio de ideas y opiniones, el desarrollo de relaciones y la conversación personal. Ocurre en todas direcciones [...] (p.2). Fomenta un ambiente participativo mejorando la efectividad y manteniendo informado a los colaboradores fortaleciendo el sentido de pertenencia hacia la organización. (Rabinowitz, 2014)

Definición operacional:

La comunicación interna se midió a través de sus dimensiones comunicación intrapersonal, comunicación interpersonal y comunicación institucional; a través de la metodología de comunicación 1A, además se consideró los modelos 3E y 2S. Estas dimensiones despliegan respectivamente indicadores: cognoscitivo, afectivo, conativo; salario, sentido; y escucha, empatía, emisión respectivamente. (Tessi, 2012)

2.2.2 Operacionalización de la variable Comunicación Interna

Tabla 1 Matriz de operacionalización de la variable: Comunicación Interna

Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de medición y valores	Niveles y Rango
<i>Dimensión 1:</i>	Cognoscitivo	Del 1 al 11		<i>Niveles:</i> <i>Excelente – Bueno</i> <i>- Regular</i>
<i>Comunicación</i> <i>Intrapersonal</i>	Afectivo conativo		Escala de Likert: 1=Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre	<i>Dimensión 1</i> <i>Excelente [41 - 55]</i> <i>Bueno [26 - 40]</i> <i>Regular [11 - 25]</i>
<i>Dimensión 2:</i>	Salario			
<i>Comunicación</i> <i>Interpersonal</i>	Sentido	Del 12 al 24		<i>Dimensión 2</i> <i>Excelente [49 - 65]</i> <i>Bueno [31 - 48]</i> <i>Regular [13 - 30]</i>
<i>Dimensión 3:</i>	Escucha			<i>Dimensión 3</i> <i>Excelente [46 - 70]</i> <i>Bueno [29 - 45]</i> <i>Regular [12 - 28]</i>
<i>Comunicación</i> <i>Institucional</i>	Empatía Emisión	Del 25 al 36		<i>Instrumento:</i> <i>Excelente [134 - 180]</i> <i>Bueno [85 - 133]</i> <i>Regular [36 - 84]</i>

Nota: Adaptado de (Tessi, 2012), *Comunicación Interna en la práctica*.

2.3. Población, muestra y muestreo

2.3.1 Población

Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican que la población debe situarse claramente por sus características de contenido, lugar y tiempo” (p.174); en ese sentido, la población fue conformada por 181 colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L.

La población se caracterizó por ser una población finita, accesible, siendo un conjunto de “[...] elementos con características comunes [...], delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”. (Arias, 2012, p.81).

2.3.2 Muestra

De acuerdo a Hernández, Fernández & Baptista (2014), la muestra en la investigación cuantitativa representa un “subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos [...] debe ser representativo de la población” (p.173).

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{E^2 (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

Dónde:

n= número de la muestra

z = Puntuación z con significancia de 0.05= 1,95

p= Probabilidad de ocurrencia= 0,5

q= Probabilidad de no ocurrencia= 0,5

E= Nivel de significancia= 0,05

N= Población= 181

Esta investigación obtuvo una muestra representativa 124 colaboradores quienes fueron elegidos de manera aleatoria. Se trabajó con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, siendo una muestra representativa a la población.

2.3.3 Muestreo

El método de muestreo utilizado fue el método probabilístico de tipo aleatorio simple; este método indica que cualquier elemento tiene la misma probabilidad de ser elegido. (Sánchez y Reyes, 2015)

Por lo tanto, todos los individuos tuvieron la misma oportunidad de conformar la muestra ya que fueron escogidos al azar.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnica e instrumento de recolección de datos

La técnica utilizada para esta investigación es la encuesta; se escogió esta técnica por que permite la obtención de “información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos o en relación con un tema en particular”. (Sánchez y Reyes, 2015, p.72)

Además, Hernández, Fernández & Baptista (2014) indican que la técnica de la encuesta agrega datos específicos a los cuestionarios con el fin de realizar un análisis estadístico que evalúe la muestra, la encuesta se procesa estadísticamente pues “efectúa mediciones para determinar los valores de una variable en un estudio cuantitativo” (Tamayo, 2009, p.110), como se presenta en esta investigación.

Instrumento

El instrumento de recolección de datos es el cuestionario. El cuestionario contiene preguntas dirigidas a la muestra, instrumento que fue distribuido mediante reparto personal, y estructurado en función de los objetivos de la presente investigación.

Hernández, Fernández & Baptista (2014) indican que el cuestionario recopila datos respecto a la variable de estudio estando en congruencia con el problema planteado; Sánchez y Reyes (2015) lo definen como un cuestionario auto administrado puesto que es completado por el encuestado sin la intervención del encuestador.

El cuestionario presenta preguntas cerradas, de varias opciones relacionadas con los objetivos de la investigación; “además son producto de la operacionalización de las variables y la definición de los indicadores”. (Sánchez y Reyes, 2015, p.75)

Ficha técnica del instrumento Comunicación Interna

Nombre del instrumento	Cuestionario de Comunicación Interna
Autor y Año	Lupe Trujillo Mariño, 2017
Procedencia	Lima
Adaptación	Mercedes Yarlequé Rupay, 2018
Institución	Inversiones Mamay E.I.R.L
Universo de estudio	181 colaboradores
Nivel de confianza	95.0%
Margen de error	5.0%
Tamaño muestral	124 colaboradores
Tipo de técnica	Encuesta
Tipo de instrumento	Cuestionario
Fecha trabajo de campo	Viernes 22 de Junio del 2018
Escala de medición	Likert: Nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre
Niveles y rangos	Regular: 36-84, Bueno: 85-133, Excelente: 134-180
Tiempo utilizado	30 minutos

2.4.2 Validez y confiabilidad

Validez

Hernández, Fernández y Baptista (2014) refieren que la validez es “el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir” (p.200); además mencionan que la validez de contenido valora la influencia específica de un instrumento en relación con el contenido a medir.

Por lo tanto, en esta investigación se utilizó la validez de contenido que fue desarrollado a través de juicio de expertos, se consideraron los expertos: un metodólogo y dos temáticos, quienes validaron el instrumento de acuerdo a la coherencia de los ítems con los objetivos de la presente investigación. Esta validez señaló que los ítems del instrumento son coherentes de la variable a medir.

Tabla 2 Relación de validadores

Validador	Resultado
Dr. Teodoro Carranza Estela	Aplicable
Mg. Alfredo Alonso Lopez	Aplicable
Dra. Luzmila Lourdes Garro Aburto	Aplicable

Nota: Obtenido de los certificados de validez del instrumento

Confiabilidad

“La confiabilidad de un instrumento se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.200).

Para esta investigación, la confiabilidad del instrumento se realizó en una prueba piloto conformado por 20 colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L., mediante el método de Alfa de Cronbach en los programas SPSS versión 24 y Excel versión 2016. Se obtuvo como resultado:

Tabla 3 Estadística de confiabilidad del instrumento usando el índice del Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,771	36

Nota: Datos obtenidos de la prueba piloto.

Se obtuvo como resultado que el instrumento tiene un grado de confiabilidad de 0.771, es decir tiene un grado de confiabilidad aceptable y el instrumento es consistente.

2.5. Métodos de análisis de datos

El análisis de datos se realizó a través del programa computarizado Microsoft Excel vs.2016 y el programa estadístico SPSS versión 24.0. La información fue recopilada a través de una encuesta al personal de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, que fue completada por los colaboradores en un promedio de 30 minutos.

Los resultados fueron presentados de acuerdo a los objetivos de la investigación en el que se consideró gráficos y tablas estadísticas producto del cuestionario empleado.

2.6. Aspectos éticos

Para esta investigación, se consideró la veracidad de la información y se reservó el derecho de compartir la identidad de los participantes. Toda la información consultada para esta investigación a través de cualquier medio fue debidamente citada mencionando la información correspondiente en los enunciados científicos que conforman el soporte teórico y metodológico.

No se manipularon los resultados obtenidos.

III.Resultados

3.1 Resultados descriptivos

Tabla 4 Niveles de la variable comunicación interna

<i>Comunicación interna</i>			
	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	117	94%
	Bueno	0	0%
	Excelente	7	6%
	Total	124	100%

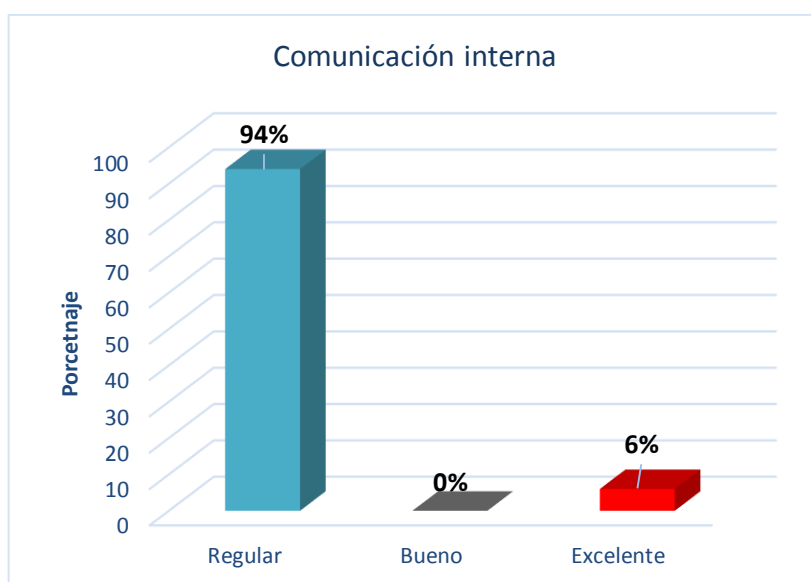


Figura 9. Porcentaje de los niveles de la variable Comunicación interna.

Interpretación

En la Tabla 4 y figura 9 se visualiza que de los 124 colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, el 94% considera que la comunicación interna es Regular, mientras que el 6% considera que es Excelente, y ninguno considera que es Bueno. El resultado obtenido evidencia la necesidad de generar estrategias comunicacionales interna a favor de toda la estructura organizacional.

Tabla 5 Niveles de la variable comunicación intrapersonal

<i>Comunicación intrapersonal</i>			
	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	94	76%
	Bueno	0	0%
	Excelente	30	24%
	Total	124	100%

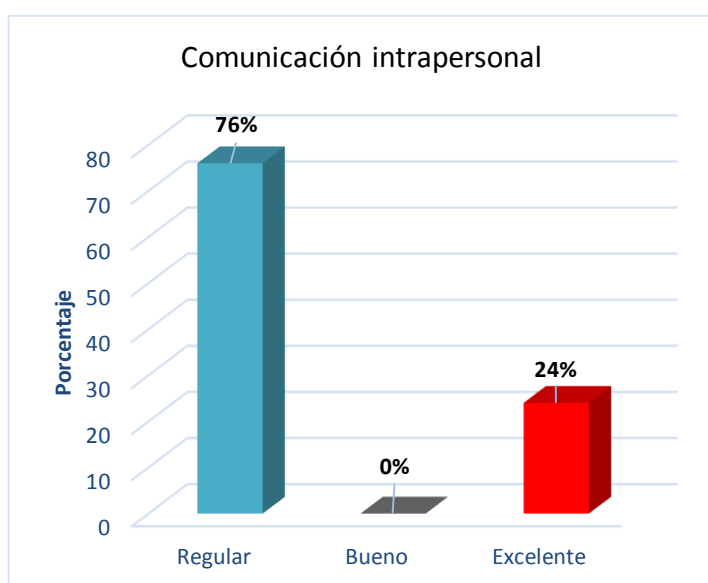


Figura 10. Porcentaje de los niveles de la variable Comunicación interna en su dimensión de comunicación intrapersonal.

Interpretación

En la Tabla 5 y figura 10 se visualiza que de los 124 colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, el 76% considera que la comunicación intrapersonal es Regular, mientras que el 24% considera que es Excelente y un 0% de los colaboradores considera que es Bueno. Se puede aseverar que los colaboradores no sólo identifican que la empresa debe mejorar el aspecto comunicativo, sino que también identifican que ellos forman parte fundamental de este cambio estructural.

Tabla 6 Niveles de la variable comunicación interpersonal

<i>Comunicación interpersonal</i>			
	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	108	87%
	Bueno	0	0%
	Excelente	16	13%
	Total	124	100%



Figura 11. Porcentaje de los niveles de la variable Comunicación interna en su dimensión de comunicación interpersonal.

Interpretación

En la Tabla 6 y figura 11 se visualiza que de los 124 colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, el 87% considera que la comunicación interpersonal es Regular, mientras que el 13% considera que es Excelente, y ningún colaborador considera que es Bueno. La empresa deberá desarrollar políticas de gestión al respecto para fortalecer el sentido de pertenencia y reconocimiento de cada colaborador.

Tabla 7 Niveles de la variable comunicación institucional

<i>Comunicación institucional</i>			
	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	117	94%
	Bueno	0	0%
	Excelente	7	6%
	Total	124	100%

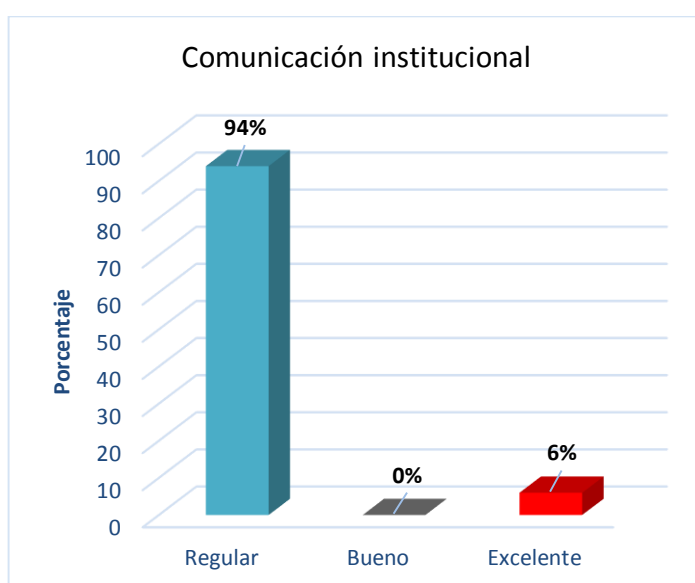


Figura 12. Porcentaje de los niveles de la variable Comunicación interna en su dimensión de comunicación institucional.

Interpretación

En la Tabla 7 y figura 12 se visualiza que de los 124 colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, el 94% considera que la comunicación institucional es Regular, el 6% considera que es Excelente, y ninguno considera que es Bueno. Es necesario que la empresa reconozca la importancia de difundir información institucional; pero, sobre todo, escuchar a sus colaboradores acerca de los logros, cambios y demás que sean necesarios para el cumplimiento de los objetivos.

IV. Discusión

Los resultados obtenidos al aplicar la técnica estadística descriptiva con SPSS v24, para obtener los estadísticos descriptivos de la variable de estudio y la contrastación con los antecedentes de acuerdo al problema y los objetivos de investigación, se encontraron:

De acuerdo a los resultados, se pudo determinar que la comunicación interna es regular (94%) según el personal de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L., este resultado se evidencia en la Tabla 4 y figura 9; por lo que esta información es base para el desarrollo de estrategias en una organización que busca mantenerse en el mercado desarrollando un proceso de planificación en el ámbito corporativo. Estos resultados concuerdan con Charry (2017) quien concluye que existe una relación significativa entre una buena gestión de comunicación interna y el clima organizacional. En su investigación, Trujillo (2016) identifica la importancia de las personas, su participación y gestión a través de las herramientas que brinda la comunicación interna para la efectividad de la organización; además se apoya en la teoría humanista, que remarca el valor de la comunicación y las relaciones sociales para el impacto positivo de la empresa.

Los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L consideran como regular (76%) el nivel de comunicación intrapersonal, resultado presentado en la Tabla 5 y figura 10. Estos resultados concuerdan con Roncal y Zelada (2017) quienes sostienen que, por desconocimiento de los tipos de comunicación en la empresa de parte de los colaboradores, la calificación es regular; además, el colaborador debe contar con un buen nivel de comunicación de lo contrario el mensaje no será correctamente enfocado obteniendo resultados dispersos y no favorables para la organización por lo que se advierte una necesidad de desarrollo individual en base a su desempeño y la relación comunicativa con el jefe para fortalecer una comunicación fluida y motivante desde el comportamiento de cada individuo.

En Inversiones Mamay E.I.R.L., los colaboradores perciben el nivel de comunicación interpersonal como regular (87%), según la Tabla 6 y figura 11; este resultado evidencia que el sentido y salario en sus dimensiones no son los adecuados puesto que no se identifican y tampoco sienten que su labor es

reconocida económicamente. Estos resultados se complementan con la investigación de Quiroz (2015) quien precisa la necesidad de comunicarse en distintos niveles para no deshumanizar el recurso humano señalando que en la mayoría de las empresas la fuerza de trabajo “ha dejado de oírse y comprenderse” (p.3) por lo que la motivación y autoestima están en riesgo; sin embargo, para Vallejo (2015) más que la identificación con la labor, el proceso clave es la inducción de los colaboradores sin necesariamente ser complementada con algún otro proceso o seguimiento. En contraste, la teoría clásica sostiene premiar o castigar a los colaboradores en base a su desempeño pues consideran que lo único realmente relevante para ellos es velar por conservar su puesto laboral; por su parte, López (2016) detalla que la identificación organizacional del trabajador puede reducir la insatisfacción laboral y potenciar el compromiso; por lo tanto, la empresa es la mayor interesada en velar por la planificación e identificación del recurso humano y deben estar acordes a mensajes claros para la recepción y difusión, es por ello que la comunicación interpersonal para Inversiones Mamay E.I.R.L depende de la relación de su recurso humano y el tipo de información que es compartida en base a la labor que desempeñan, el reconocimiento de sus logros que consoliden la satisfacción laboral generando un ambiente de positivismo y confianza.

Los colaboradores de Inversiones Mamay E.I.R.L señalaron como regular (94%) el nivel de comunicación institucional, resultado evidenciado en la Tabla 7 y figura 12; en el que se considera la escucha, empatía y emisión de la empresa hacia los colaboradores, este resultado concuerda con lo hallado por Quiñones (2015), quien señala que la percepción de los colaboradores, más allá del puesto en el que trabajan, es la misma, pues el panorama situacional de la empresa se ve reflejado interna y externamente. Por ello, en la investigación desarrollada por Gracia (2013) concuerda que la mayoría de necesidades se presenta por procedimientos no comunicados correctamente, por lo tanto, la información a transmitir será distorsionada y de poca credibilidad. Diversos autores demuestran la importancia de gestionar la comunicación interna; entre ellos, el más destacado es Tessi (2012) quien recalca que la lentitud en procesos, los conflictos en áreas de trabajo, los objetivos de la empresa, y demás pueden verse afectadas. Los colaboradores de Inversiones Mamay E.I.R.L tienen una percepción de nivel regular a la

comunicación interna; por consiguiente, queda demostrado que aún se hace necesaria una gestión que genere identificación institucional y fortalezca relaciones.

V.Conclusiones

Las conclusiones son:

Según la percepción de los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018; la variable comunicación interna, según la aplicación del instrumento, se comporta en un nivel regular con un 94% y un nivel excelente sólo con un 6%.

Según la percepción de los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018; el nivel de la variable comunicación interna en su dimensión de comunicación intrapersonal, según la aplicación del instrumento, se comporta en un nivel regular con un 76% y un nivel excelente con un 24%.

Según la percepción de los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018; el nivel de la variable comunicación interna en su dimensión de comunicación interpersonal, según la aplicación del instrumento, se comporta en un nivel regular con un 87% y un nivel excelente con un 13%.

Según la percepción de los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018; el nivel de la variable comunicación interna en su dimensión de comunicación institucional, según la aplicación del instrumento, se comporta en un nivel regular con un 94% y un nivel excelente sólo con un 6%.

VI.Recomendaciones

De acuerdo a los resultados obtenidos se recomienda:

- Primera:** Mejorar la gestión de la comunicación interna de la empresa, a través de una planificación estratégica de acuerdo al modelo de comunicación interna integrada, que sensibilice periódicamente los objetivos empresariales para establecer un equilibrio entre el recurso humano y las líneas directivas sobre la ejecución de las labores y lo que puede ofrecer la empresa.
- Segunda:** Reconocer los logros de los colaboradores para fortalecer el trabajo en equipo; así como también brindar un oportuno feedback para reforzar la confianza de los colaboradores en sí mismo y en la labor que realizan. La comunicación intrapersonal debe ser prioritario para que el jefe inmediato pueda conocer los puntos de mejoras personales que pueda repercutir en resultados empresariales.
- Tercera:** Fomentar la comunicación participativa junto con el personal directivo de manera clara y concisa generando espacios de integración y motivación, la comunicación intrapersonal debe ser gestionada estratégicamente para que el colaborador no sólo ejecute las funciones encomendadas sino que tenga la disposición de aportar con nuevas ideas, mejoras en procedimientos u otros vinculados al desempeño laboral individual y conjunto.
- Cuarta:** Implementar un plan semestral para mejorar la comunicación institucional, permitiendo difundir información de manera oportuna y reconociendo al recurso humano para crear canales comunicativos aliados para compartir la comunicación en movimiento o cultura de la organización, de esta manera el colaborador estará informado sobre las actividades, últimas noticias, entre otros, generando un entorno estable y cómodo para ellos.

VII.Referencias

- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la Información y la Comunicación*. Murcia, España: Universidad de Murcia.
- Almenara, J., Romeo, M. y Roca, X. (2005). *Comunicación Interna en la Empresa*. Barcelona, España: UOC
- Amado, A. y Castro, C. (1999). *Comunicaciones Públicas – El modelo de la comunicación integrada*. Buenos Aires, Argentina: Temas.
- Andrade, H., (2005). *Comunicación organizacional interna. Proceso, disciplina y técnica*. España: Netbiblo, S.L.
- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (6ª ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.
- Armas, J. (2014) .*Comunicación Interna y clima laboral (estudio realizado en call center de la ciudad de Quetzaltenango)* (Tesis de pregrado). Universidad Rafael Landívar del Campus de Quetzaltenango, Quetzaltenango, México.
- Arru, M. (2014,12 de marzo). Comunicación interna, una oportunidad de mejora para la empresa. *América Económica*. Recuperado de <https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/comunicacion-interna-una-oportunidad-de-mejora-para-la-empresa>.
- Berenguer, J. (2015, 9 de febrero). Un Toyota way para la comunicación interna. *Unir revista*. Recuperado de <https://www.unir.net/empresa/revista/noticias/un-toyota-way-para-la-comunicacion-interna/549201453614/>.
- Bustamante, E. (2013). La promoción de la salud desde la comunicación interna. *Hacia la promoción de la salud*, 18(2),79-90.
- Charry, H. (2017).*Gestión de la comunicación interna y su relación con el clima organizacional* (Tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

- Cívicos, A. y Hernández, M. (2007). Algunas reflexiones y aportaciones en torno a los enfoques teóricos y prácticos de la investigación en trabajo social. *España/Revista Acciones e investigaciones sociales*, 23, 25-55.
- Cornelissen, J. (2008). *Corporate Communication: A guide to theory and practice*. London, England: Sage.
- Davis, K. y Newstrom, J. (2000). *Comportamiento Humano en el Trabajo*. México: Mc. Graw Hill.
- Díaz, S. (2014). *Comunicación organizacional y trabajo en equipo (estudio realizado en una institución de educación superior en la ciudad de Quetzaltenango)* (Tesis de pregrado). Universidad Rafael Landívar del Campus de Quetzaltenango, Quetzaltenango, México.
- EAE Business School (2017, 13 de enero). Medios y canales para la comunicación interna corporativa. *EAE Business School*. Recuperado de <https://www.eae.es/actualidad/noticias/medios-y-canales-para-la-comunicacion-interna-corporativa> el 19 de marzo del 2018.
- Ecomedia (2016, 5 de marzo). Comunicación interna del BCP recibe premio Effie 2016. *Ecomedia*. Recuperado de <http://ecomedia.pe/noticia/1694601/comunicacion-interna-bcp-recibe-premio-effie-2016>.
- EHB, E. H. (2010). *Comunicación Empresarial - Una Guía para Directivos Ocupados*. Bilbao, España: Deusto
- Estaqueiro, A. (2006). *Principios de Comunicación Interpersonal*. Madrid, España: Narcea S.A.
- Etchegaray, R. (2010). *Comunicación Empresarial*. Buenos Aires, Argentina: Valletta Ediciones.
- Fernandez, A. (2010). *Las 10 toxinas empresariales*. Centro de estudios financieros. Recuperado de <https://www.cef.es/es/estudio-10-toxinas->

empresariales.html.

Fernández, C. y Sánchez, S. (2013). *La comunicación en las organizaciones: 100 autores en 500 palabras*. México: Asociación mexicana de comunicadores organizacionales.

Forero, L. y García, L. (2012). *La aplicación de la comunicación organizacional en produmallas R.C. LTDA*. (Tesis de pregrado). Universidad de Bogotá, Colombia.

Formanchuk, A. (2010). *Comunicación interna 2.0* (1ª ed.). Buenos Aires, Argentina: Edición Formanchuk & Asociados

Gracia, M. (2013). *Sistema para el diagnóstico de la Comunicación Interna caso de estudio Instituto Nacional del niño y Familia* (Tesis de doctorado). Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona, España.

García, J. (1998). *La Comunicación interna*. Madrid, España: Díaz Santos S.A.

Goldhaber, G. (1984). *Comunicación organizacional*. Ciudad de México, México: Diana

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). México: Mc Graw Hill.

Hinojosa, C. (2010). *Clima organizacional y satisfacción laboral de profesores del colegio sagrados corazones padres Franceses* (Tesis de doctorado). Universidad Playa Ancha de Valparaíso, Chile.

Hurtado de Barrera, J. (2010). *El proyecto de investigación* (3era ed.), Fundación Sypal. Caracas: Quirón Ediciones.

Keith, D. y Newstrom, J. (2003). *Comportamiento Humano en el Trabajo*. (11ª ed.) . México: Mc Graw Hill.

Kerlinger, F. (1979). *Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento*. México, D.F.: Nueva Editorial Interamericana.

- Kreps, G. (1990). *La Comunicación en las Organizaciones* (2^a ed.). Longman, Nueva York: Ed. Addison-Wesley Iberoamericana.
- Lacasa, A. (2011). *Gestión de la Comunicación Empresarial*. Madrid, España: Ediciones Gestión 2000
- López, H. (2016). *Relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional en un instituto de educación superior de la ciudad de Guayaquil* (Tesis de pregrado). Universidad Casa Grande, Guayaquil, Ecuador.
- Los Andes (2016, Julio 3). [Entrevista a Mario Morota presidente de Unión Avícola Regional Andina]. Mario Maroto: "El sector de la producción avícola sigue trabajando sin rentabilidad". *Los Andes*. Recuperado de <http://www.losandes.com.ar/article/mario-maroto-el-sector-de-la-produccion-avicola-sigue-trabajando-sin-rentabilidad> el 10 de junio del 2018.
- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación, Una propuesta ágil para la presentación de trabajos científicos en las áreas de arquitectura, urbanismo y disciplinas afines*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Merlano, S. (2012, 5 de marzo). La comunicación interna en las organizaciones. *Contribuciones a la economía*, parr. 1.
- Mínguez, N. (2000, 1 de mayo). Un marco conceptual para la comunicación corporativa. *ZER*, 8(8), 11-13.
- Montoya, C. (2010). *Evaluación como herramienta para el análisis del capital humano*. Bogotá. Colombia: Edición Fundadores
- Nosnik, A. (1991). *El desarrollo de la comunicación social. Un enfoque metodológico*. México: Editorial Trillas. p.180.

- Palencia, M. (2008). La incomunicación interna en la universidad española. *España/Revista Latina De Comunicación Social*, 63, 277-286.
- Peña, B.y Batalla, P. (2016). *Dirección de comunicación y habilidades directivas*. Madrid: Dykinson.
- Porras,M. (2017).*Propuesta de plan de comunicación interna para la unidad de imagen institucional del Gobierno Regional de Áncash* (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Preciado, A. & Etayo, C.(2014). Influencia del estilo directivo en la comunicación interna de las organizaciones. Una aplicación a las agencias de publicidad. *Universidad de la Sabana*, 17 (2), 412-455.
- Publicaciones Vértice S.L. (2008). *Comunicación interna*. España: Editorial Vértice
- Quiñones, A. (2015).*Comunicación Interna en la Oficina General de Gestión de Recursos Humanos del Ministerio de Agricultura y Riego-2015* (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Quiroz, J. (2015). *Percepción sobre la comunicación interna en la cooperativa Minera Cerro San Francisco Responsabilidad Limitada* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana Unión, Juliaca, Perú.
- Reasonwhy (2017, 27 de febrero). Los mejores en comunicación interna. Madrid: *Reasonwhy*. Recuperado de <https://www.reasonwhy.es/actualidad/empresa/los-mejores-en-comunicacion-interna-2017-02-21> el 08 de junio del 2018.
- Redinside (2016). Teoría del caos. *RedInside*, 3 , 1-2.
- Robbins, S. & Judge, T. (2013). *Comportamiento organizacional*. México: PEARSON Educación de México, S.A. de CV.
- Rodrich, R. (2012). Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión. *Revista de*

Comunicación, 11,212-234.

Rodríguez, I. (2005,17 de febrero). Teorías de la comunicación organizacional. *Gestiopolis*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/teorias-comunicacion-organizacional/> el 08 de enero del 2018.

Roncal, R. y Zelada, J. (2017). *La comunicación interna y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa GAP de Trujillo en el 2017* (Tesis de pregrado).Universidad Privada del Norte, Lima, Perú,

Sánchez E. (2013, Abril 16). [Entrevista a Julio Ikeda, presidente de directorio de San Fernando]. “Para el éxito se debe mantener el mismo entusiasmo y esfuerzo de un principiante. *La Cámara*, (605), p.6-7.

Sánchez, H., y Reyes,C. (2015). *Metodología y diseños en la investigación científica* (5^a ed.). Lima: Bussines Support Aneth SLR.

Serrano, M., Piñuel, J., Gracia, J. y Arias, M.(1982). *Teoría de la comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid, España: A, Corazón.

Sistema Integrado de Estadística Agraria – SIEA (2018). *Boletín Estadístico Mensual de la Producción y Comercialización de Productos avícolas* (4^a ed.). Lima: Ministerio de Agricultura y Riego.

Tamayo T. y Tamayo, M. (2009). *El Proceso de la Investigación científica* (4^a ed.). México: Editorial Limusa S.A.

Tessi, M. (2011).Viajero Ejecutivo. *BCD travel*,11,18-20.

Tessi, M. (2012). *Comunicación Interna en la práctica*. Buenos Aires, Argentina: Granica.

Tessi, M. (2017). *¿Qué herramientas innovadores están surgiendo para capacitar en comunicación gerencial*. Argentina: 1A .Recuperado de: <http://comunicacioninterna.com/publicacion/que-herramientas-innovadoras-estan-surgiendo-para-capacitar-en-comunicacion-gerencial/>

- Trelles, I. (2004). *Comunicación Organizacional*. La Habana, Cuba: Editorial Félix
- Trujillo, C. (2016). *Comunicación interna, participación y desarrollo humano en dos instituciones educativas de Manizales* (Tesis de maestría). Universidad de Manizales, Colombia.
- Trujillo, L. (2017). *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas; 2017* (Tesis de pregrado). Universidad Inca Garcilazo de la Vega, Lima, Perú.
- Valdez, M. (2009, 28 de agosto). Competencias comunicativas en los estudiantes de medicina: diagnóstico preliminar. *Revista cubana de medicina general*, 14 (1) ,3-6.
- Vallejo, D. (2015) .*Análisis de la Gestión de la Comunicación Interna en las empresas informativas de prensa en la sierra Ecuatoriana Caso Diario La Prensa de Chimborazo*. (Tesis de maestría). Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Van, J. (1981). *Teoría General de Sistemas*. Mexico: Editorial Trillas
- Vásquez, J. (2010, 24 de agosto). La comunicación interna. *Gestiopolis*, 10-15.
- Zayas, P. (2011). *La comunicación interpersonal*. España: EAE Editorial Académica Española
- Zumaeta, J. (2012). *La comunicación interna y su relación con el clima laboral en los docentes de educación secundaria de las instituciones educativas estatales del distrito de los Olivos* (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.

Anexos

Anexo 1. Artículo científico

Percepción de la comunicación interna según los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín,2018

Perception of internal communication according to the employees of the company Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018

Mercedes Milagros Yarlequé Rupay
mercedesy92@gmail.com

**Escuela de Posgrado
Universidad César Vallejo Filial Lima**

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar el nivel de comunicación interna según los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018. La investigación comprende un enfoque cuantitativo, es un estudio de tipo Básico, diseño no experimental - transversal, nivel descriptivo. La variable de estudio es la Comunicación Interna, según el autor Tessi (2012) considera como dimensiones: comunicación intrapersonal, interpersonal e institucional. La población estuvo conformada por 181 colaboradores, y la muestra por 124 colaboradores, la técnica de recolección de datos utilizada fue la encuesta y el instrumento utilizado fue un cuestionario con 36 preguntas; validado a través de la técnica de juicio de expertos y la confiabilidad a través del método de Alfa de Cronbach obteniendo como resultado un nivel de 0.771. La conclusión indica que en la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, la percepción de los colaboradores sobre la comunicación interna, y sus dimensiones: comunicación intrapersonal, interpersonal e institucional, es regular.

Palabras clave: resiliencia, estrés laboral, establecimiento penitenciario

Abstract

The general objective of this research was to determine the level of internal communication according to the employees of the company Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018. The research includes a quantitative approach, using the deductive method, it is a basic type study, a non-experimental design - transversal, descriptive level, collecting information in a specific period. The variable of study is internal communication, according to the author Tessi (2012) the dimensions are considered: intrapersonal, interpersonal and institutional communication. The population of interest considered 181 collaborators, the sample consisted of 124 collaborators, the data collection technique used was the survey and the instrument used was a questionnaire with 36 questions; validated through the technique of expert judgment and reliability through the Cronbach's Alpha method, obtaining as a result a level of 0.771. The main concludes that in the company Inversiones Mamay E.I.R.L, employees' perception of internal communication, and its dimensions: intrapersonal, interpersonal and institutional communication is regular.

Keywords: internal communication, collaborators

Introducción

La comunicación interna tiene un rol muy importante al momento de definir las estrategias en las organizaciones, el mundo empresarial ha evolucionado constantemente debido a la globalización y su impacto en el mercado laboral; las empresas han centrado esfuerzos por mejorar su rentabilidad prestando atención en la gestión de la comunicación de sus colaboradores o clientes internos. Berenguer (2015) señala que las políticas de comunicación a seguir se basan en motivar a los trabajadores a través de una comunicación bidireccional, ágil y productiva.

En el Perú, la comunicación interna no ha sido ajena para las empresas, quienes promueven la integración en la institución y resaltan el sentimiento de orgullo entre sus colaboradores. Inversiones Mamay, al ser una empresa del sector avícola, debe identificar la comunicación interna en este rubro y como se viene desarrollando en nuestro ámbito local. Mario Maroto, presidente de la Unión Avícola Regional Andina, señaló que el sector debe enfocar esfuerzos no sólo sobre las ventas sino en el rol del trabajador para lograr su sostenibilidad utilizando la comunicación interna como aliado, Los Andes (2016). Además, el SIEA (2018) señala que la producción de huevo en el mes de febrero del año 2018 sufrió un aumento de demanda en comparación con el año anterior, por lo que advierte una demanda en crecimiento que mantendrá la producción activa del sector y que amerita prestar atención.

La empresa está mejorando los procesos entre sus áreas para ahorrar recursos e incrementar ganancias invirtiendo en galpones automatizados y toda la tecnología que conlleve a incrementar los números en la producción; sin embargo, los cambios no han comprometido una oportuna sensibilización para sus trabajadores generando malestar entre el equipo de trabajo. En el año 2017, la empresa realizó un estudio con relación al clima laboral de sus colaboradores en el que se identificó que un 66% conoce la visión, misión y valores de la empresa; pero un 46%, sienten que no son valorados por la empresa; sólo un 45%, percibe que las nuevas informaciones son explicadas con claridad; y sólo un 30% de los colaboradores al ingresar a laborar recibieron suficiente información del giro del negocio.

Actualmente esos no son los únicos inconvenientes que presenta la empresa, los trabajadores manifiestan que los problemas aún continúan pues sus jefes inmediatos no les brindan las facilidades ni la apertura para poder comunicar alguna duda u observación presentada durante la ejecución de sus labores, no tienen un panorama claro sobre la importancia de las funciones que realizan tanto para el crecimiento de la empresa ni sienten que obtienen alguna realización personal, consideran que el salario que perciben es muy bajo, y lo más importante, no se sienten escuchados ni identificados con la empresa.

De esta manera, se identifica que Inversiones Mamay no reconoce la importancia de la comunicación interna que debe ser gestionada conscientemente para aumentar su rentabilidad; al no contar con colaboradores que se sientan valorados por su empresa, la motivación de ellos por ejecutar las funciones se reduce y pierden interés; la poca transparencia de información ha generado un ambiente de desconfianza sin objetivos empresariales claros ni la de su rol en la empresa manteniendo así el nivel de productividad en un margen mínimo.

Tessi (2012) propone la Metodología de comunicación 1A (Primero Adentro), que desarrolla la importancia de comunicar desde la visión de los directores de la empresa al percibir resultados y el área de comunicaciones que fortalece y toma decisiones que afectaran a todos los integrantes de la empresa, presenta desde su experiencia profesional casos de estudio en distintos países de hispanoamérica manifestando la necesidad de gestionar la comunicación laboral. La comunicación interna motiva la participación de los integrantes aún si no tienen intención de manifestar nada, es decir, todo el equipo de trabajo puede alinearse estratégicamente si todos se comunican entre sí. Tessi (2011) propone dar valor a la gestión comunicacional puesto que las empresas intencionalmente

o no, generan comunicación entre áreas y en la actualidad, por no ser tratada de forma estratégica, carecen de inversión mayoritariamente en Latinoamérica.

La comunicación interna aporta valor económico si se gestiona de manera integrada; este tipo de comunicación ha tomado forma gracias al modelo 1A de Manuel Tessi quien determina tres dimensiones de alcance estratégico: (i) dimensión intrapersonal, que gestiona la palabra escrito y oral desde el pensamiento, para integrar indicadores a todo nivel; (ii) dimensión interpersonal, generada en el día a día con la convivencia laboral, es decir, la gestión de la palabra oral; y (iii) dimensión institucional, dimensión que gesta la comunicación formal o escrita de la empresa hacia el trabajador. Las tres dimensiones fueron planteadas de acuerdo a los intereses de todo el equipo laboral considerando respectivamente lo que se quiere decir y se dice, no dice y se desconoce; intereses que deben ser atendidos y manifestados de manera sistemática. Peña y Batalla (2016) resaltan la importancia del modelo de Manuel Tessi e indican que el análisis en simultáneo de sus tres dimensiones mejorará la comunicación de manera integral atendiendo la brecha generada entre el staff y la línea. Este autor aporta ventajas directas en cuanto a la gestión de la comunicación en una empresa, prestando atención a la jerarquía de la pirámide quienes marcaran la pauta de la conducción de roles para asignar recursos necesarios que administren eficazmente las comunicaciones.

Para esta investigación se desarrolló la metodología propuesta por Manuel Tessi, “Metodología de Comunica 1A”, sobre la gestión de la comunicación interna de manera integrada y estratégica en sus tres dimensiones, puesto que el orden de su metodología aporta un enfoque ordenado que valora los intereses de los colaboradores en afinidad con los objetivos de las empresas que impactan en los resultados de la organización; además de promover una gerencia organizada que fomente la interacción entre áreas, posicionamiento del rol de cada integrante en la empresa para escuchar, capitalizar quejas, ordenar y medir logros.

Materiales y métodos

La presente investigación utilizó el método deductivo; que abarca una premisa general a una específica, según Maya (2014), este tipo de investigación parte desde una verdad universal para llegar a conclusiones particulares que permitan comprender situaciones concretas desde lo ya conocido. El enfoque de esta investigación fue el enfoque cuantitativo de medición estadística, según Tamayo T. y Tamayo M. (2009), en el proceso de la investigación científica, el enfoque cuantitativo permite el contraste de teorías ya existentes con una muestra representativa para la medición de variables en un determinado contexto. La investigación desarrollada fue de tipo básica, de acuerdo a la fuente de datos es una investigación de campo puesto que se apoya de encuestas para la recopilación de datos. Cívicos y Hernández (2007) indican que este tipo de investigación pura o exacta, parte desde el objeto de estudio para obtener resultados que contribuyan al desarrollo de nuevos avances científicos. De acuerdo al nivel de profundidad de estudio, la investigación fue descriptiva, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que “los estudios descriptivos buscan especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice, describe tendencias de un grupo o población” (p.92). El diseño de la investigación fue no experimental de corte Transversal en el que se utilizó en un único tiempo para la recopilación de datos. Kerlinger (1979) precisa que una investigación no experimental, observa fenómenos en su contexto natural para su análisis sin manipulación, se limita a la observación de situaciones ya existentes no provocadas intencionalmente por el investigador. Hernández, Fernández y Baptista (2014) también indican que no existe manipulación de la variable por consiguiente no crea una situación; además define como transversal puesto que recolecta datos en un único momento para su descripción.

Resultados

Tabla 1
Niveles de la variable comunicación interna
Comunicación interna

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	117	94%
	Bueno	0	0%
	Excelente	7	6%
	Total	124	100%

En la Tabla 1 se visualiza que de los 124 colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, el 94% considera que la comunicación interna es Regular, mientras que el 6% considera que es Excelente, y ninguno considera que es Bueno. El resultado obtenido evidencia la necesidad de generar estrategias comunicacionales interna a favor de toda la estructura organizacional.

Discusión

La comunicación interna es base para el desarrollo de estrategias en una organización que busca mantenerse en el mercado desarrollando un proceso de planificación en el ámbito corporativo. El estudio realizado por Charry (2017) concluye que existe una relación significativa entre una buena gestión de comunicación interna y el clima organizacional. En su investigación, Trujillo (2016) identifica la importancia de las personas, su participación y gestión a través de las herramientas que brinda la comunicación interna para la efectividad de la organización; esta información se contrasta con los resultados de la investigación en Inversiones Mamay E.I.R.L, en donde la comunicación interna es valuada como regular para sus colaboradores; por ello, la empresa debe poner atención en la comunicación interna de lo contrario correrán el riesgo de tener trabajadores que no se comprometan con la organización. Los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L consideran como regular la comunicación intrapersonal; Roncal y Zelada (2017) sostienen que el colaborador debe contar con un buen nivel de comunicación de lo contrario el mensaje no será correctamente enfocado obteniendo resultados dispersos y no favorables para la organización. Por su parte, López (2016) detalla que la identificación organizacional del trabajador puede reducir la insatisfacción laboral y potenciar el compromiso. En Inversiones Mamay E.I.R.L, los colaboradores perciben la comunicación interpersonal como regular, es decir el sentido y salario en sus dimensiones no son los adecuados puesto que no se identifican y tampoco sienten que su labor es reconocida económicamente. Estos resultados se complementan con la investigación de Quiroz (2015) precisa la necesidad de la comunicación en distintos niveles para no deshumanizar al recurso humano; sin embargo, para Vallejo (2015) más que la identificación con la labor, el proceso clave es la inducción de los colaboradores, es por ello que la comunicación intrapersonal para Inversiones Mamay E.I.R.L depende de la relación de su recurso humano y el tipo de información que es compartida en base a la labor que desempeñan, el reconocimiento de sus logros que consoliden la satisfacción laboral generando un ambiente de positivismo y

confianza. Los colaboradores de Inversiones Mamay E.I.R.L señalaron como regular la comunicación institucional, en el que se considera la escucha, empatía y emisión de la empresa hacia los colaboradores, este resultado concuerda con lo hallado por Quiñones (2015), quien señala que la percepción de los colaboradores, más allá del puesto en el que trabajan, es la misma, en la investigación desarrollada por Gracia (2013) concuerda que la mayoría de necesidades se presenta por procedimientos no comunicados correctamente, por lo tanto, la información a transmitir será distorsionada y de poca credibilidad.

Conclusión

Según la percepción de los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018; la variable comunicación interna se comporta en un nivel regular con un 94% y un nivel excelente con un 6%; es decir, la percepción de los colaboradores respecto a la comunicación interna es regular.

Referencias

- Berenguer, J. (2015, febrero, 9). *Un Toyota way para la comunicación interna*. Universidad Internacional de la Rioja. Recuperado de <https://www.unir.net/empresa/revista/noticias/un-toyota-way-para-la-comunicacion-interna/549201453614/> el 18 de enero del 2018.
- Charry, H. (2017). *Gestión de la comunicación interna y su relación con el clima organizacional*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Cívicos, A. y Hernández, M. (2007). Algunas reflexiones y aportaciones en torno a los enfoques teóricos y prácticos de la investigación en trabajo social. *Revista Acciones e investigaciones sociales*, 23, 25-55.
- Gracia, M. (2013). *Sistema para el diagnóstico de la Comunicación Interna caso de estudio Instituto Nacional del niño y Familia* (Tesis de doctorado). Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona, España.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación 6ta Edición*. México: Mc Graw Hill.
- Kerlinger, F. (1979). *Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento*. México, D.F.: Nueva Editorial Interamericana. Capítulo número 8.
- López, H. (2016). *Relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional en un instituto de educación superior de la ciudad de Guayaquil* (Tesis de pregrado). Universidad Casa Grande, Guayaquil, Ecuador.
- Los Andes (2016, Julio 3). [Entrevista a Mario Morota presidente de Unión Avícola Regional Andina]. Mario Maroto: "El sector de la producción avícola sigue trabajando sin rentabilidad". *Los Andes*. Recuperado de <http://www.losandes.com.ar/article/mario-maroto-el-sector-de-la-produccion-avicola-sigue-trabajando-sin-rentabilidad> el 10 de junio del 2018.
- Maya, E. (2014). Métodos y técnicas de investigación, Una propuesta ágil para la presentación de trabajos científicos en las áreas de arquitectura,

- urbanismo y disciplinas afines. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Peña, B.y Batalla, P.(2016). *Dirección de comunicación y habilidades directivas*. Madrid:Dykinson.
- Quiñones,A. (2015).*Comunicación Interna en la Oficina General de Gestión de Recursos Humanos del Ministerio de Agricultura y Riego-2015* (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Quiroz, J. (2015). *Percepción sobre la comunicación interna en la cooperativa Minera Cerro San Francisco Responsabilidad Limitada* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana Unión, Juliaca, Perú.
- Roncal, R. y Zelada, J. (2017). *La comunicación interna y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa GAP de Trujillo en el 2017* (Tesis de pregrado).Universidad Privada del Norte, Lima, Perú,
- Sistema Integrado de Estadística Agraria – SIEA (2018).Boletín Estadístico Mensual de la Producción y Comercialización de Productos avícolas: 4ta Edición. Lima. Ministerio de Agricultura y Riego.
- Tamayo T. y Tamayo, M. (2009). *El Proceso de la Investigación científica*. México: Editorial Limusa S.A.4ta Edición. Mexico
- Tessi, M. (2011).Viajero Ejecutivo. BCD travel, v (11), p.18.
- Tessi, M. (2012). *Comunicación Interna en la práctica*. Buenos Aires, Argentina: Granica.
- Trujillo, C. (2016).*Comunicación interna, participación y desarrollo humano en dos instituciones educativas de Manizales* (Tesis de maestría). Universidad de Manizales,Colombia.
- Vallejo, D. (2015) .*Análisis de la Gestión de la Comunicación Interna en las empresas informativas de prensa en la sierra Ecuatoriana Caso Diario La Prensa de Chimborazo*.

Anexo 2. Matriz de consistencia

Título: Percepción de la Comunicación interna según los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín						
Autor: Yarlequé Rupay Mercedes						
Problema	Objetivos	Variables e indicadores				
<p>Problema General:</p> <p>¿Cuál es el nivel de Comunicación interna según los colaboradores de la empresa Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <p>Problema específico 1</p> <p>¿Cuál es el nivel de Comunicación intrapersonal según los colaboradores de la empresa Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018?</p> <p>Problema específico 2</p> <p>¿Cuál es el nivel de Comunicación interpersonal según los colaboradores de la empresa Mamay E.I.R.L, 2018?</p> <p>Problema específico 3</p> <p>¿Cuál es el nivel de Comunicación institucional según los colaboradores de la empresa Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar el nivel de Comunicación interna según los colaboradores de la empresa Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Objetivo específico 1</p> <p>Determinar el nivel de Comunicación Intrapersonal según los colaboradores de la empresa Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018.</p> <p>Objetivo específico 2</p> <p>Determinar el nivel de Comunicación Interpersonal según los colaboradores de la empresa Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018.</p> <p>Objetivo específico 3</p> <p>Determinar el nivel de Comunicación Institucional según los colaboradores de la empresa Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018.</p>	Variable 1: Comunicación Interna				
		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos
		Dimensión 1: Comunicación Intrapersonal	Cognoscitivo Afectivo Conativo	Del 1 al 11	Escala de Likert: 1=Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre	Niveles: Excelente – Bueno - Regular Dimensión 1 Excelente [41 - 55] Bueno [26 - 40] Regular [11 - 25]
		Dimensión 2: Comunicación Interpersonal	Salario Sentido	Del 12 al 24		Dimensión 2 Excelente [49 - 65] Bueno [31 -48] Regular [13 - 30]
		Dimensión 3: Comunicación Institucional	Escucha Empatía Emisión	Del 25 al 36	Dimensión 3 Excelente [46 - 70] Bueno [29 - 45] Regular [12 - 28]	
					Instrumento: Excelente [134 - 180] Bueno [85 - 133] Regular [36 - 84]	

Nivel - diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística a utilizar
<p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental de tipo Transversal</p> <p>Método: Deductivo</p>	<p>Población: 184 colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L</p> <p>Tipo de muestreo: Probabilístico de tipo aleatorio simple</p> <p>Tamaño de muestra: 124 colaboradores</p>	<p>Variable 1: Comunicación interna</p> <p>Técnicas Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Autor: Mercedes Yarlequé Rupay</p> <p>Año: 2018</p> <p>Ámbito de Aplicación: Empresa Inversiones Mamay E.I.R.L</p> <p>Forma de Administración: Reparto personal</p>	<p>DESCRIPTIVA:</p> <p>Se presenta y procesa información a través del uso del programa SPSS para obtener datos estadísticos.</p>

Anexo 3. Instrumento

CUESTIONARIO DE COMUNICACIÓN INTERNA - INVERSIONES MAMAY

Estimados, por favor de leer atentamente las preguntas del cuestionario y valorar indicando con una "X" según su preferencia.

A Datos Generales						
1	Nombre				DNI	
2	Género:	F	M			
3	Rango de edad:	18 a 30 años	31 a 40 años	41 a más		
4	Área de desempeño:	Administrativa	Operativa			
5	Cargo que ocupa:					
6	Tiempo de servicio en la empresa:	1 a 6 meses	7 meses a 1 año	1 año a más		

TABLA DE VALORES				
NUNCA	CASI NUNCA	AVECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

B Cuestionario Comunicación Interna						
N°	Marque con (X) la respuesta que usted, considere de acuerdo a los siguientes valores:	1	2	3	4	5
1	¿Usted piensa y reflexiona antes de emitir una comunicación?					
2	¿Usted sabe callar y escuchar en vez de hablar impulsivamente?					
3	¿Usted dice claramente lo que piensa?					
4	¿Tiene claramente definido sus funciones y la responsabilidad de su puesto?					
5	¿Usted aprovecha las críticas oportunas para mejorar su desempeño ?					
6	¿La comunicación de los directivos permite obtener buenos resultados en el trabajo?					
7	Los directivos de la empresa difunden los comunicados con coherencia y credibilidad?					
8	Su jefe transmite la visión y objetivos de la empresa					
9	Recibe reconocimiento de parte de su jefe cuando hace un buen trabajo					
10	Su jefe se interesa por el éxito de sus empleados y contribuye con el logro de los objetivos en la organización					
11	Su jefe se comunica de manera clara y sencilla					
12	Se siente satisfecho con las condiciones salariales					
13	La remuneración percibida está de acuerdo a su desempeño y logros					

14	Se siente comprometido con el éxito de su institución					
15	Existe oportunidades de progresar en su institución					
16	Cumplir con las tareas diarias en el trabajo le permite su desarrollo personal					
17	En su organización se valora los niveles de desempeño y se reconoce los esfuerzos y logros					
18	Los miembros de la institución se identifican con la misión, visión y objetivos					
19	Los miembros de la institución muestran satisfacción por el trabajo que realizan					
20	Existe comunicación eficaz y fluida entre el personal de las diversas áreas					
21	La participación de sus compañeros le permite realizar un mejor trabajo					
22	Sus ideas son tomadas en cuenta para la realización del trabajo					
23	Es efectiva la comunicación entre compañeros de su área de trabajo					
24	Su superior refuerza la comunicación oral					
25	Su organización desarrolla actividades para promover el dialogo entre sus compañeros					
26	En su empresa realizan talleres de escucha para detectar oportunidades de mejora					
27	Se siente escuchado por su organización y su opinión importa					
28	Se siente parte de la organización y está comprometido con sus logros y metas					
29	Cree usted que a su organización le interesa que piensa y que siente respecto a su trabajo.					
30	La información que recibe siempre es a través de los canales formales de comunicación					
31	Se cuenta con acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo					
32	Consideras que los directivos o jefes inmediatos utilizan medios de comunicación eficaces para llegar a los miembros de la organización.					
33	Tu superior acepta ideas y sugerencias de los demás miembros de la empresa.					
34	Se promueve la participación de sus compañeros para generar ideas creativas e innovadoras					
35	Promueven capacitaciones necesarias para mejorar sus labores					
36	Su institución fomenta y promueve la comunicación interna					

Anexo 4. Validez del instrumento

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: COMUNICACIÓN INTERNA								
N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: Comunicación Intrapersonal								
1	Pienso y reflexiono antes de emitir una comunicación	✓		✓		✓		
2	Guardo silencio y escucho en vez de hablar impulsivamente	✓		✓		✓		
3	Digo claramente lo que pienso	✓		✓		✓		
4	Conozco las funciones y la responsabilidades de mi puesto	✓		✓		✓		
5	Aprovecho las críticas oportunas para crecer profesionalmente	✓		✓		✓		
6	La comunicación de los directivos me permite obtener buenos resultados en el trabajo	✓		✓		✓		
7	Los directivos de la empresa difunden los comunicados con coherencia y credibilidad	✓		✓		✓		
8	Mi jefe trasmite la visión y objetivos de la empresa	✓		✓		✓		
9	Recibo reconocimiento de parte de mi jefe cuando realizo un buen trabajo	✓		✓		✓		
10	Mi jefe se interesa por el éxito de sus empleados y contribuye con el logro de los objetivos en la organización	✓		✓		✓		
11	Mi jefe se comunica de manera clara y sencilla	✓		✓		✓		
Dimensión 2: Comunicación Interpersonal								
12	Se siente satisfecho con las condiciones salariales	✓		✓		✓		
13	La remuneración percibida está de acuerdo a su desempeño y logros	✓		✓		✓		
14	Se siente comprometido con el éxito de su institución	✓		✓		✓		
15	Existe oportunidades de progresar en su institución	✓		✓		✓		
16	Cumplir con las tareas diarias en el trabajo le permite su desarrollo personal	✓		✓		✓		
17	En su organización se valora los niveles de desempeño y se reconoce los esfuerzos y logros	✓		✓		✓		
18	Los miembros de la institución se identifican con la misión, visión y objetivos	✓		✓		✓		
19	Los miembros de la institución muestran satisfacción por el trabajo que realizan	✓		✓		✓		
20	Existe comunicación eficaz y fluida entre el personal de las diversas áreas	✓		✓		✓		
21	La participación de sus compañeros le permite realizar un mejor trabajo	✓		✓		✓		
22	Sus ideas son tomadas en cuenta para la realización del trabajo	✓		✓		✓		
23	Es efectiva la comunicación interpersonal en su área de trabajo	✓		✓		✓		
24	Su superior refuerza la comunicación oral	✓		✓		✓		

Dimensión 3: Comunicación Institucional		Si	No	Si	No	Si	No
25	Su organización genera espacios guiados que favorecen al encuentro presencial y al diálogo cara a cara	✓		✓		✓	
26	En su empresa realizan talleres de escucha para detectar oportunidades de mejora	✓		✓		✓	
27	Se siente escuchado por su organización y su opinión importa	✓		✓		✓	
28	Se siente parte de la organización y está comprometido con sus logros y metas	✓		✓		✓	
29	Cree usted que a su organización le interesa que piensa y que siente respecto a su trabajo.	✓		✓		✓	
30	La información que recibe siempre es a través de los canales formales de comunicación	✓		✓		✓	
31	Se cuenta con acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo	✓		✓		✓	
32	Consideras que los directivos o jefes inmediatos utilizan medios de comunicación eficaces para llegar a los miembros de la organización.	✓		✓		✓	
33	Tu superior acepta ideas y sugerencias de los demás miembros de la empresa.	✓		✓		✓	
34	Se promueve la participación de sus compañeros para generar ideas creativas e innovadoras	✓		✓		✓	
35	Promueven capacitaciones necesarias para mejorar sus labores	✓		✓		✓	
36	Su institución fomenta y promueve la comunicación interna	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

14 de 06 del 2018

Apellidos y nombres del juez evaluador: CARRANZA ESTELA TEODORA DNI: 08074405

Especialidad del evaluador: DOCENTE EN ADMINISTRACIÓN

- 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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: COMUNICACIÓN INTERNA

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: Comunicación Intrapersonal								
1	Pienso y reflexiono antes de emitir una comunicación	✓		✓		✓		
2	Guardo silencio y escucho en vez de hablar impulsivamente	✓		✓		✓		
3	Digo claramente lo que pienso	✓		✓		✓		
4	Conozco las funciones y la responsabilidades de mi puesto	✓		✓		✓		
5	Aprovecho las criticas oportunas para crecer profesionalmente	✓		✓		✓		
6	La comunicación de los directivos me permite obtener buenos resultados en el trabajo	✓		✓		✓		
7	Los directivos de la empresa difunden los comunicados con coherencia y credibilidad	✓		✓		✓		
8	Mi jefe trasmite la visión y objetivos de la empresa	✓		✓		✓		
9	Recibo reconocimiento de parte de mi jefe cuando realizo un buen trabajo	✓		✓		✓		
10	Mi jefe se interesa por el éxito de sus empleados y contribuye con el logro de los objetivos en la organización	✓		✓		✓		
11	Mi jefe se comunica de manera clara y sencilla	✓		✓		✓		
Dimensión 2: Comunicación Interpersonal								
12	Se siente satisfecho con las condiciones salariales	✓		✓		✓		
13	La remuneración percibida está de acuerdo a su desempeño y logros	✓		✓		✓		
14	Se siente comprometido con el éxito de su institución	✓		✓		✓		
15	Existe oportunidades de progresar en su institución	✓		✓		✓		
16	Cumplir con las tareas diarias en el trabajo le permite su desarrollo personal	✓		✓		✓		
17	En su organización se valora los niveles de desempeño y se reconoce los esfuerzos y logros	✓		✓		✓		
18	Los miembros de la institución se identifican con la misión, visión y objetivos	✓		✓		✓		
19	Los miembros de la institución muestran satisfacción por el trabajo que realizan	✓		✓		✓		
20	Existe comunicación eficaz y fluida entre el personal de las diversas áreas	✓		✓		✓		
21	La participación de sus compañeros le permite realizar un mejor trabajo	✓		✓		✓		
22	Sus ideas son tomadas en cuenta para la realización del trabajo	✓		✓		✓		
23	Es efectiva la comunicación interpersonal en su área de trabajo	✓		✓		✓		
24	Su superior refuerza la comunicación oral	✓		✓		✓		

Dimensión 3: Comunicación Institucional		Si	No	Si	No	Si	No
25	Su organización genera espacios guiados que favorecen al encuentro presencial y al diálogo cara a cara	✓		✓		✓	
26	En su empresa realizan talleres de escucha para detectar oportunidades de mejora	✓		✓		✓	
27	Se siente escuchado por su organización y su opinión importa	✓		✓		✓	
28	Se siente parte de la organización y está comprometido con sus logros y metas	✓		✓		✓	
29	Cree usted que a su organización le interesa que piensa y que siente respecto a su trabajo	✓		✓		✓	
30	La información que recibe siempre es a través de los canales formales de comunicación	✓		✓		✓	
31	Se cuenta con acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo	✓		✓		✓	
32	Consideras que los directivos o jefes inmediatos utilizan medios de comunicación eficaces para llegar a los miembros de la organización.	✓		✓		✓	
33	Tu superior acepta ideas y sugerencias de los demás miembros de la empresa.	✓		✓		✓	
34	Se promueve la participación de sus compañeros para generar ideas creativas e innovadoras	✓		✓		✓	
35	Promueven capacitaciones necesarias para mejorar sus labores	✓		✓		✓	
36	Su institución fomenta y promueve la comunicación interna	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe Suficiencia

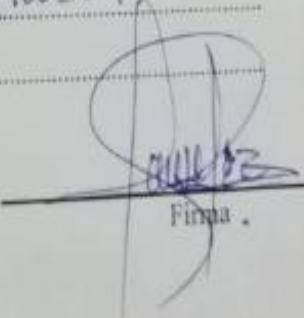
Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

15 de 06 del 2018

Apellidos y nombres del juez evaluador: MR. ALONSO LOPEZ ALFREDO DNI: 09460324

Especialidad del evaluador: ADMINISTRACIÓN

- 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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: COMUNICACIÓN INTERNA

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: Comunicación Intrapersonal								
1	Pienso y reflexiono antes de emitir una comunicación	✓		✓		✓		
2	Guardo silencio y escucho en vez de hablar impulsivamente	✓		✓		✓		
3	Digo claramente lo que pienso	✓		✓		✓		
4	Conozco las funciones y la responsabilidades de mi puesto	✓		✓		✓		
5	Aprovecho las críticas oportunas para crecer profesionalmente	✓		✓		✓		
6	La comunicación de los directivos me permite obtener buenos resultados en el trabajo	✓		✓		✓		
7	Los directivos de la empresa difunden los comunicados con coherencia y credibilidad	✓		✓		✓		
8	Mi jefe trasmite la visión y objetivos de la empresa	✓		✓		✓		
9	Recibo reconocimiento de parte de mi jefe cuando realizo un buen trabajo	✓		✓		✓		
10	Mi jefe se interesa por el éxito de sus empleados y contribuye con el logro de los objetivos en la organización	✓		✓		✓		
11	Mi jefe se comunica de manera clara y sencilla	✓		✓		✓		
Dimensión 2: Comunicación Interpersonal								
12	Se siente satisfecho con las condiciones salariales	✓		✓		✓		
13	La remuneración percibida está de acuerdo a su desempeño y logros	✓		✓		✓		
14	Se siente comprometido con el éxito de su institución	✓		✓		✓		
15	Existe oportunidades de progresar en su institución	✓		✓		✓		
16	Cumplir con las tareas diarias en el trabajo le permite su desarrollo personal	✓		✓		✓		
17	En su organización se valora los niveles de desempeño y se reconoce los esfuerzos y logros	✓		✓		✓		
18	Los miembros de la institución se identifican con la misión, visión y objetivos	✓		✓		✓		
19	Los miembros de la institución muestran satisfacción por el trabajo que realizan	✓		✓		✓		
20	Existe comunicación eficaz y fluida entre el personal de las diversas áreas	✓		✓		✓		
21	La participación de sus compañeros le permite realizar un mejor trabajo	✓		✓		✓		
22	Sus ideas son tomadas en cuenta para la realización del trabajo	✓		✓		✓		
23	Es efectiva la comunicación interpersonal en su área de trabajo	✓		✓		✓		
24	Su superior refuerza la comunicación oral	✓		✓		✓		

Dimensión 3: Comunicación Institucional		Si	No	Si	No	Si	No
25	Su organización genera espacios guiados que favorecen al encuentro presencial y al diálogo cara a cara						
26	En su empresa realizan talleres de escucha para detectar oportunidades de mejora						
27	Se siente escuchado por su organización y su opinión importa						
28	Se siente parte de la organización y está comprometido con sus logros y metas						
29	Cree usted que a su organización le interesa que piensa y que siente respecto a su trabajo.						
30	La información que recibe siempre es a través de los canales formales de comunicación						
31	Se cuenta con acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo						
32	Consideras que los directivos o jefes inmediatos utilizan medios de comunicación eficaces para llegar a los miembros de la organización.						
33	Tu superior acepta ideas y sugerencias de los demás miembros de la empresa.						
34	Se promueve la participación de sus compañeros para generar ideas creativas e innovadoras						
35	Promueven capacitaciones necesarias para mejorar sus labores						
36	Su institución fomenta y promueve la comunicación interna						

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

17 de 06 del 2016

Apellidos y nombres del juez evaluador: GARRO ABUATO LUZMILA LEURDES DNI: 09469026

Especialidad del evaluador: Docente - asesor

- 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.



 Firma

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

Anexo 5. Permiso de la institución donde se aplicó el estudio



CONSTANCIA

El que suscribe en representación de la empresa INVERSIONES MAMAY E.I.R.L. con RUC 20509897043.

HCE CONSTAR:

Que la Srta. **MERCEDES MILAGROS YARLEQUÉ RUPAY**, identificada con DNI N.º 47198680, estudiante del MBA de la "Universidad Cesar Vallejo", está autorizada para aplicar al personal de mi representada, los cuestionarios de evaluación que fuesen necesarios para realizar su estudio de investigación de Tesis.

Se expide el presente documento a solicitud del interesado, para los fines que estime conveniente.

Lima, 19 de junio del 2018

Jhon Loli Rosales
INVERSIONES MAMAY E.I.R.L. JEFE DE GESTIÓN HUMANA

Anexo 6. Base de datos

	VARIABLE COMUNICACIÓN INTERNA																																			
	D1. COMUNICACIÓN INTRAPERSONAL											D2. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL												D3. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL												
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36
1	5	3	5	4	5	5	4	5	3	3	5	4	4	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	5
2	4	4	4	5	4	3	4	4	2	3	4	3	3	5	3	3	3	4	4	3	5	4	5	5	3	1	2	5	2	4	5	4	3	1	2	3
3	4	5	4	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	5	4	4	3	5	5	3	2	5	5	3	2	3	5	3	4	5	4	2	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	1	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4
5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3
6	4	5	3	4	5	3	2	3	1	2	3	1	1	5	4	3	4	1	4	3	2	4	3	3	2	3	1	2	5	3	5	5	4	4	3	2
7	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	1	3	4	3	3	2	3	3	3	2

8	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	4	2	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	3	2	4	4	3
9	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	3	5	2
10	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3
11	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4
12	4	3	3	5	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	5	3	3	1	2	3	4	5	3	4	4	3	3
13	5	3	5	4	5	5	4	5	3	3	5	4	4	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	5
14	4	4	4	5	4	3	4	4	2	3	4	3	3	5	3	3	3	4	4	3	5	4	5	5	3	1	2	5	2	4	5	4	3	1	2	3
15	4	5	4	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	5	4	4	3	5	5	3	2	5	5	3	2	3	5	3	4	5	4	2	3	3
16	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	1	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4
17	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3
18	5	3	5	4	5	5	4	5	3	3	5	2	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	3	1	4	3	3	5	4	3	2	4	2

19	4	4	4	5	4	3	4	4	2	3	4	2	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	1	4	3	4	4	4	3	2	3	4
20	4	5	4	5	4	3	4	4	3	3	3	3	1	5	3	3	3	1	4	3	2	4	3	3	2	3	1	2	5	3	5	5	4	1	3	2	
21	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	5	3	2	3	5	3	4	5	4	2	3	3	
22	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	5	3	3	3	4	4	3	5	4	5	5	3	1	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	
23	4	5	3	4	5	3	2	3	1	2	3	3	4	3	3	5	4	4	3	5	5	3	2	5	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	
24	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	2	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	2	3	1	2	5	3	5	5	4	4	3	2	
25	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	1	3	4	3	3	2	3	3	3	2	
26	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	1	1	5	3	3	3	1	4	3	2	4	3	3	2	3	1	2	5	3	5	5	4	4	3	2	
27	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	1	3	4	3	3	2	3	3	3	2	
28	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	2	1	4	2	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	3	2	4	4	3	
29	4	3	3	5	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	5	2

30	4	4	3	4	2	3	4	2	3	4	3	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	
31	4	4	4	5	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	
32	4	3	3	4	4	3	4	2	3	2	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	5	3	3	1	2	3	4	5	3	4	4	3	3	
33	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	2	3	3	1	3	3	4	3	3	4	2	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	
34	4	3	5	3	4	3	3	3	2	3	3	2	1	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	5	4	3	4	4	3	
35	5	3	5	4	5	5	4	5	3	3	5	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	
36	4	4	4	5	4	3	4	4	2	3	4	2	2	5	2	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	5	3	5	4	4	2	4	3
37	4	5	4	5	4	3	4	4	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	2	
38	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	4	5	3	3	1	4	3	3	5	4	3	2	4	2	
39	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	1	4	3	4	4	4	3	2	3	4	
40	4	5	3	4	5	3	2	3	1	2	3	3	1	5	4	4	4	1	4	3	2	4	3	3	2	3	1	2	5	3	5	5	4	1	3	2	

41	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	5	3	2	3	5	3	4	5	4	2	3	3
42	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	4	2	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	1	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4
43	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3
44	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	3	1	2	5	3	5	5	4	4	3	2
45	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	1	3	4	3	3	2	3	3	3	2
46	4	3	3	5	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	4	3	4	1	4	3	2	4	3	3	2	3	1	2	5	3	5	5	4	4	3	2
47	4	4	3	4	2	3	4	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	1	3	4	3	3	2	3	3	3	2
48	4	4	4	5	3	2	3	3	4	3	3	2	1	4	2	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	3	2	4	4	3
49	4	3	3	4	4	3	4	2	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	3	5	2
50	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3
51	4	3	5	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4

52	5	3	5	4	5	5	4	5	3	3	5	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	5	3	3	1	2	3	4	5	3	4	4	3	3		
53	4	4	4	5	4	3	4	4	2	3	4	1	2	3	2	3	3	1	4	3	4	3	3	4	2	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	
54	4	5	4	5	4	3	4	4	3	3	3	2	1	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	5	4	3	4	4	3		
55	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	
56	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	5	2	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	5	3	5	4	4	2	4	3	
57	4	5	3	4	5	3	2	3	1	2	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	
58	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	3	3	1	4	3	3	5	4	3	2	4	2	
59	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	1	4	3	4	4	4	4	3	2	3	4
60	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	1	5	4	4	4	1	4	3	2	4	3	3	2	3	1	2	5	3	5	5	4	1	3	2		
61	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	4	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	
62	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	5	3	3	3	4	4	3	5	4	5	5	3	1	2	5	2	4	5	4	3	1	2	3		

63	4	3	3	5	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	5	4	4	3	5	5	3	2	5	5	3	2	3	5	3	4	5	4	2	3	3	
64	4	4	3	4	2	3	4	2	3	4	3	2	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	1	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	
65	4	4	4	5	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	
66	4	3	3	4	4	3	4	2	3	2	3	1	1	5	4	3	4	1	4	3	2	4	3	3	2	3	1	2	5	3	5	5	4	4	3	2	
67	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	1	3	4	3	3	2	3	3	3	2	
68	4	3	5	3	4	3	3	3	2	3	3	2	1	4	2	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	3	2	4	4	3	
69	5	3	5	4	5	5	4	5	3	3	5	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	5	2
70	4	4	4	5	4	3	4	4	2	3	4	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	
71	4	5	4	5	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4
72	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	5	3	3	1	2	3	4	5	3	4	4	3	3	
73	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	1	2	3	2	3	3	1	4	3	4	3	3	4	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	

74	4	5	3	4	5	3	2	3	1	2	3	2	1	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	5	4	3	4	4	3		
75	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4
76	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	5	2	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	5	3	5	4	4	2	4	3	
77	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	
78	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	3	3	1	4	3	3	5	4	3	2	4	2	
79	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	2	2	2	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	1	4	3	4	4	4	4	3	2	3	4
80	4	3	3	5	3	3	3	3	2	3	3	3	1	5	4	4	4	1	4	3	2	4	3	3	2	3	1	2	5	3	5	5	4	1	3	2		
81	4	4	3	4	2	3	4	2	3	4	3	4	4	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	
82	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	2	4	4	2	3	1	2	5	3	5	5	4	4	3	2		
83	4	3	3	5	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	5	3	4	1	3	4	3	3	2	3	3	3	2		
84	4	4	3	4	2	3	4	2	3	4	3	1	2	3	2	3	3	1	4	3	4	3	3	4	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	

85	4	4	4	5	3	2	3	3	4	3	3	2	1	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	5	4	3	4	4	3		
86	4	3	3	4	4	3	4	2	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4		
87	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	5	2	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	5	3	5	4	4	2	4	3
88	4	3	5	3	4	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	
89	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	4	2	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	3	2	4	4	4	3	
90	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	3	5	2		
91	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	
92	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4		
93	4	3	3	5	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	5	3	3	1	2	3	4	5	3	4	4	4	3	3	
94	4	4	3	4	2	3	4	2	3	4	3	1	2	3	2	3	3	1	4	3	4	3	3	4	2	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	
95	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4		

96	5	3	5	4	5	5	4	5	3	3	5	4	4	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	5	
97	4	4	4	5	4	3	4	4	2	3	4	3	3	5	3	3	3	4	4	3	5	4	5	5	3	1	2	5	2	4	5	4	3	1	2	3	
98	4	5	4	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	5	4	4	3	5	5	3	2	5	5	3	2	3	5	3	4	5	4	2	3	3	
99	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	1	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	
100	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	
101	4	5	3	4	5	3	2	3	1	2	3	1	1	5	4	3	4	1	4	3	2	4	3	3	2	3	1	2	5	3	5	5	4	4	3	2	
102	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	1	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	
103	5	3	5	4	5	5	4	5	3	3	5	4	4	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5
104	4	4	4	5	4	3	4	4	2	3	4	3	3	5	3	3	3	4	4	3	5	4	5	5	3	1	2	5	2	4	5	4	3	1	2	3	
105	4	5	4	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	5	4	4	3	5	5	3	2	5	5	3	2	3	5	3	4	5	4	2	3	3	
106	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	1	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	

107	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
108	4	5	3	4	5	3	2	3	1	2	3	2	1	4	2	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	3	2	4	4	3	3
109	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	5	2
110	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3
111	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
112	5	3	5	4	5	5	4	5	3	3	5	4	4	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5
113	4	4	4	5	4	3	4	4	2	3	4	3	3	5	3	3	3	4	4	3	5	4	5	5	3	1	2	5	2	4	5	4	3	1	2	3	
114	4	5	4	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	5	4	4	3	5	5	3	2	5	5	3	2	3	5	3	4	5	4	2	3	3	
115	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	1	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	
116	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	
117	4	5	3	4	5	3	2	3	1	2	3	1	1	5	4	3	4	1	4	3	2	4	3	3	2	3	1	2	5	3	5	5	4	4	3	2	

118	5	3	5	4	5	5	4	5	3	3	5	4	4	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	5	
119	4	4	4	5	4	3	4	4	2	3	4	3	3	5	3	3	3	4	4	3	5	4	5	5	3	1	2	5	2	4	5	4	3	1	2	3	
120	4	5	4	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	5	4	4	3	5	5	3	2	5	5	3	2	3	5	3	4	5	4	2	3	3	
121	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	1	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	
122	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	
123	4	3	3	5	3	3	3	3	2	3	3	2	2	5	2	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	5	3	5	4	4	2	4	3	
124	4	4	3	4	2	3	4	2	3	4	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2

Anexo 7. Prints de resultados

Resultado 1. Comunicación Interna

Frecuencias

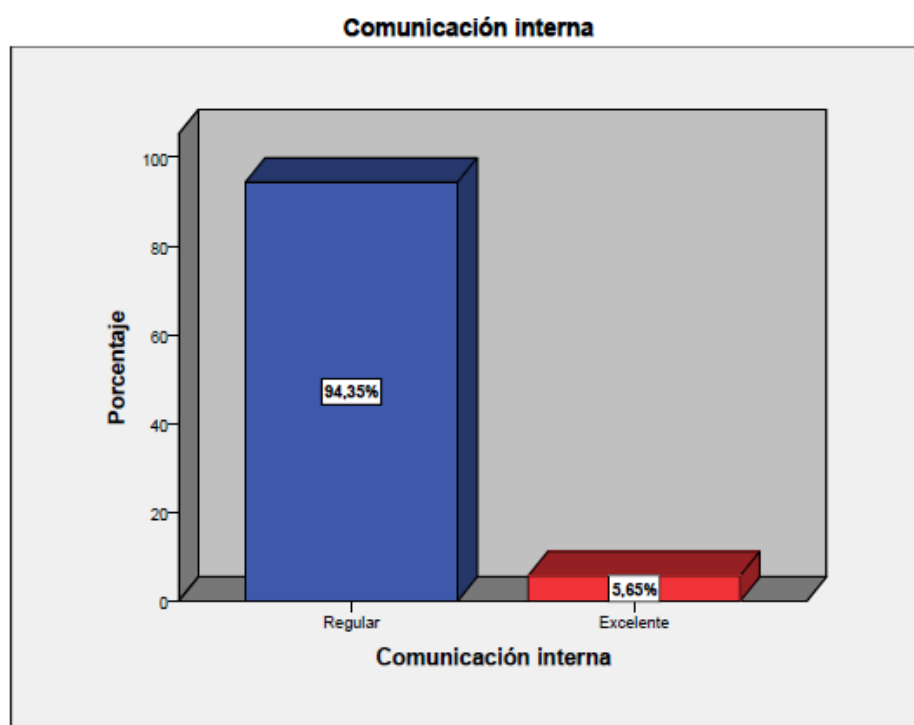
Estadísticos

Comunicación interna

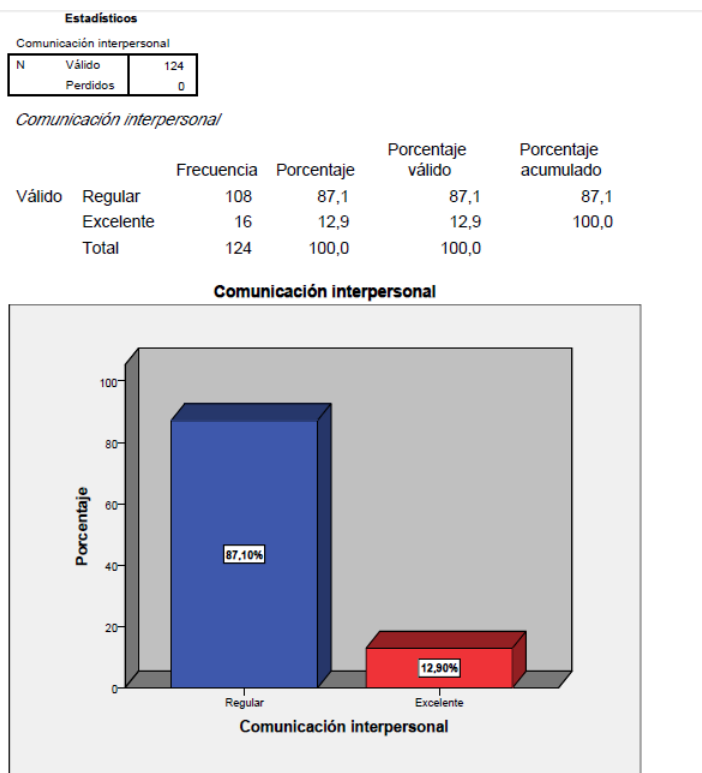
N	Válido	124
	Perdidos	0

Comunicación interna

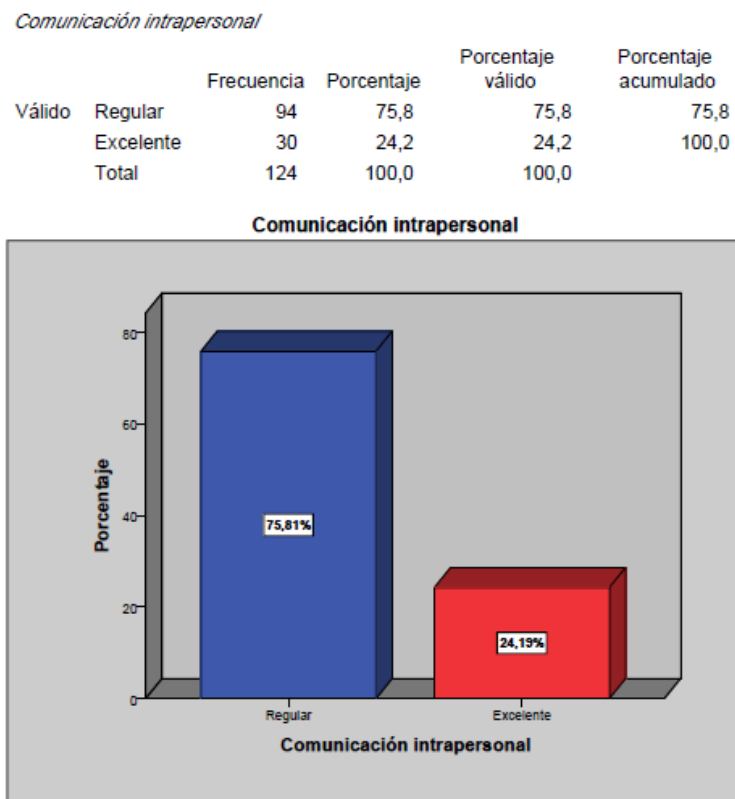
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	117	94,4	94,4	94,4
	Excelente	7	5,6	5,6	100,0
	Total	124	100,0	100,0	



Resultado 2. Dimensión comunicación Intrapersonal



Resultado 3. Dimensión comunicación Interpersonal



Resultado 4. Dimensión comunicación Institucional

Frecuencias

Estadísticos

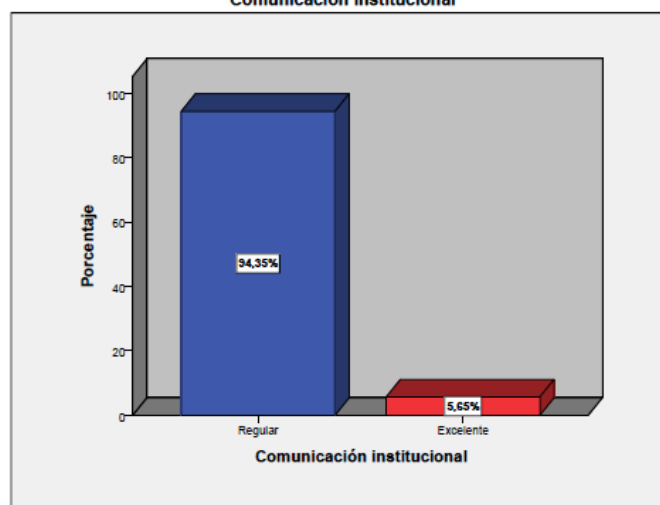
Comunicación institucional

N	Válido	124
	Perdidos	0

Comunicación institucional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	117	94,4	94,4	94,4
	Excelente	7	5,6	5,6	100,0
	Total	124	100,0	100,0	

Comunicación institucional





ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis

Yo, Luzmila Lourdes Garro Aburto asesor del curso de Desarrollo de proyecto de investigación y revisor de la tesis del estudiante Br. Mercedes Milagros Yarlequé Rupay titulada: **Percepción de la comunicación interna según los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L., Lurín, 2018.** Constató que la misma tiene un índice de similitud de 17% verificable en el reporte de originalidad del programa *turnitin*.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituye 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.

Lima, 18 de julio del 2018

Luzmila Lourdes Garro Aburto

DNI: 09469026

Resumen de coincidencias X



Percepción de la comunicación interna según los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018.

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE: Maestra en Administración de Negocios -MBA

AUTORA:

Bra Mercedes Milagros Yarleque Rupay

ASESORA:

Dra. Luzmila Lourdes Garro Aburto

SECCIÓN:

17%

- 1 Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante 6% >
- 2 Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante 3% >
- 3 Entregado a Jose Mari... Trabajo del estudiante 3% >
- 4 repositorio.uch.edu.pe Fuente de Internet 2% ->
- 5 repositorio.uceg.edu.ec Fuente de Internet 2% >

17

Icons: Home, Mail, Print, Grid, Refresh, Stop, Download, Info



FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Yanleque Ruyay Mercedes Milagros

D.N.I. : 47198680

Domicilio : Urb. San Valentín MZ "D" LT 26 100 Japa - S.M.P.

Teléfono : Fijo : Móvil : 985384072

E-mail : mercedes.y.92@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

[] Tesis de Pregrado

Facultad :

Escuela :

Carrera :

Título :

[x] Tesis de Posgrado

[x] Maestría

[] Doctorado

Grado : Maestra

Mención : Administración de negocios - MBA

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Yanleque Ruyay Mercedes Milagros

Título de la tesis:

Percepción de la Comunicación Interna según los colaboradores de la empresa Inversiones Plamay S.I.R.L., Lurin, 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.

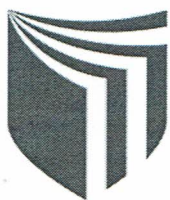


No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma : [Signature]

Fecha : 12-09-18



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

Eswela de Posgrado

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Yarleque Ropay Mercedes Milagros

INFORME TÍTULADO:

Percepción de la comunicación interna según los colaboradores
de la empresa Inversiones Hamay E.I.R.L, Lucía, 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Maestra en administración de negocios - MBA

SUSTENTADO EN FECHA: 23 de Agosto del 2018

NOTA O MENCIÓN: Aprobado por unanimidad



[Handwritten Signature]

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN