



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**WhatsApp y la comunicación interna en la empresa Promart de
Santa Clara, 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Calero Gonzales, Marco Antonio (ORCID:0000-0002-9408-932X)

ASESORA:

Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa (ORCID:0000-0003-4279-0154)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA - PERÚ

2020

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado para mis padres, docentes y compañeros que siempre me estuvieron apoyando en el proceso de elaboración del presente trabajo.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a mi familia y mis docentes por el constante apoyo durante el proceso de elaboración de mi trabajo.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	iv
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I.INTRODUCCIÓN.....	1
II.MARCO TEÓRICO.....	4
III.METODOLOGÍA	
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	16
3.2. Variables y operacionalización.....	18
3.3. Población y muestra.....	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	21
3.5. Procedimiento.....	24
3.6. Método de análisis.....	24
3.7. Aspectos éticos.....	24
IV. RESULTADOS.....	25
V. DISCUSIÓN.....	39
VI. CONCLUSIONES.....	41
VII. RECOMENDACIONES.....	42
REFERENCIAS	
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla N°1 Cuadro de valores de cuestionario.....	21
Tabla N°2 Validez de instrumentos.....	22
Tabla N°3 Rango de coeficiente de confiabilidad.....	23
Tabla N°4 Estadísticas de fiabilidad de la variable independiente.....	23
Tabla N°5 Estadísticas de fiabilidad de la variable dependiente.....	23
Tabla N°6 Análisis descriptivo WhatsApp.....	25
Tabla N°7 Análisis descriptivo de comunicación interna.....	26
Tabla N°8 Análisis descriptivos de tipos de comunicación.....	27
Tabla N°9 Análisis descriptivos de formas de comunicación.....	28
Tabla N°10 Tabla cruzada V1*V2.....	30
Tabla N°11 Tabla cruzada V1*D1.....	32
Tabla N°12 Tabla cruzada V1*D2.....	34
Tabla N°13 Nivel de coeficiente de correlación.....	36
Tabla N°14 Correlaciones V1*V2.....	36
Tabla N°15 CorrelacionesV1*D1.....	37
Tabla N°16 Correlaciones V1*D2.....	38

Índice de gráficos

Figura 1 Análisis descriptivo WhatsApp.....	25
Figura 2 Análisis descriptivo comunicación interna.....	26
Figura 3 Análisis descriptivo tipos de comunicación.....	27
Figura 4 Análisis descriptivo formas de comunicación.....	28
Figura 5 Representación gráfica de la tabla cruzada de WhatsApp y comunicación interna.....	31
Figura 6 Representación gráfica de la tabla cruzada de WhatsApp y tipos de comunicación interna.....	32
Figura 7 Representación gráfica de la tabla cruzada de WhatsApp y las formas de comunicación.....	35

RESUMEN

En el presente tema de investigación titulado WhatsApp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara, 2019, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre Whatsapp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

La investigación es de tipo aplicada, tiene un diseño no experimental, con un corte transversal, de nivel correlacional y de un enfoque cuantitativo. La población es conformada por 60 trabajadores de la empresa Promart, a los cuales se les aplicó un instrumento de recolección de datos, el cual fue validado por un juicio de expertos, estos resultados fueron registrados y analizados por el programa estadístico SSPS25, llegando a obtener así la relación directa y significativa entre WhatsApp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

Se concluyó que existe una relación moderadamente significativa entre WhatsApp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara, esta se comprobó por la correlación de Rho de Spearman que fue 0,529 y de acuerdo con la escala de estimación, existe una correlación moderadamente significativa.

Finalmente se recomienda a los jefes o líderes de las áreas de la empresa Promart que en el grupo de WhatsApp “GDH Promart Santa Clara”, se evite poner temas irrelevantes o de escasa importancia en los grupos y enviar mensajes acordes con lo recibido.

Palabras clave: WhatsApp, feedback, comunicación interna.

ABSTRACT

In the present research topic entitled WhatsApp and internal communication in the Promart company in Santa Clara, 2019, he sought to determine the degree of relationship that WhatsApp has and internal communication in the Promart company workers, according to this he had the objective know what relationship exists between WhatsApp and internal communication in the Promart company in the Promart company in Santa Clara 2019.

The research is applied, has a non-experimental design, with a cross section, correlational level and a quantitative approach. The population is made up of 60 workers from the Promart company, to whom a data collection instrument was applied, which was validated by an expert judgment, these results were registered and analyzed by the statistical program SPSS25, obtaining Thus, the direct and significant relationship between WhatsApp and internal communication in the company Promart de Santa Clara, 2019.

It was concluded that there is a moderately significant relationship between WhatsApp and internal communication in the Promart company in Santa Clara, this was verified by the Rho correlation of Spearman that was 0.529 and according to the estimation scale, there is a moderately significant correlation.

Finally, it is recommended to those of the company Promart that in the WhatsApp group "GDH Promart Santa Clara", avoid putting irrelevant or minor issues in the groups and sending messages according to what was received.

Keywords: WhatsApp, feedback, internal communication.

I. INTRODUCCIÓN

Whatsapp fue creada en el 2009 gracias a la idea de su creador Jan Koum y Brian Acton quienes eran ex trabajadores de Yahoo!, quien en un inicio quería crear una aplicación que enviara notificaciones a los amigos, pero luego cambio de objetivo para poder crear la aplicación de mensajería instantánea. Estos no veían el fruto tras unos meses del lanzamiento en Iphone de la aplicación, Jan Koum quiso renunciar a WhatsApp, Acton le pidió un par de meses para más y menciona que no conocería la aplicación y tras enviarle WhatsApp a unos antiguos compañeros de Yahoo! Y recaudar 250 000 dólares en fondos, suficiente para nombrar a Acton cofundador y recibir acciones del aplicativo. Koum creó la opción para que las personas pudieran ver cuando la otra estaba en línea, así como la opción de crear estados y el doble check.

En el 2010 la aplicación permitiría ser descargada por dispositivos Android y por primera vez en 2011 se lanzó la versión para Windows Phone y también la opción de enviar fotos y videos aumentando sus servicios las posibilidades de los usuarios para así poder llegar a todo público. Actualmente es propiedad de Mark Zuckerberg contando con más de 1.500 millones de usuarios.

WhatsApp es una herramienta de comunicación muy utilizada a nivel mundial, por adolescentes, jóvenes, adultos, adultos mayores y empresas. Esta herramienta de comunicación es muy fácil de usar, es por eso que tiene una gran cantidad de descargas y millones de usuarios alrededor del mundo que la usan, no solo porque podemos enviar mensajes teniendo datos o conexión a internet, si no también imágenes, videos, audios, músicas, podemos realizar video llamadas, llamadas y archivos de trabajos como Word, Excel, Power Point, etc. entre otras opciones.

Por este motivo es que WhatsApp ha sido utilizado también para empresas ya que una gran cantidad de personas con un celular inteligente puede usar esta aplicación, al crear grupos de chats con determinados nombres, enviando diversos tipos de información, organizando reuniones, etc.

Asimismo, la comunicación interna es una herramienta importante para toda empresa, ya que, se puede obtener mejores resultados con la comunicación instantánea entre los trabajadores, ya sea, con sus compañeros de trabajo, jefes o gerentes de la empresa, también podemos crear un mejor ambiente laboral mencionando los problemas y comunicando incomodidades o mencionar los motivos de algún inconveniente ocurrido en horario laboral.

Promart es una empresa que usa WhatsApp como medio de comunicación para mantener a los trabajadores enterados e informados de los cambios dentro de la empresa o de las diversas actividades que se llevaran a cabo, los administradores del grupo de WhatsApp “GDH Promart Sta. Clara”, son los encargados de emitir los comunicados a los colaboradores como cuando un colaborador es premiado como “Estrella Promart” o en otras palabras el empleado del mes, cumpleaños de los colaboradores, fechas de ceremonias de la empresa, metas alcanzadas por área, entre otros.

Por ello, en la presente investigación se analizará si la comunicación interna es efectiva mediante el aplicativo WhatsApp en la empresa ya mencionada, ya que es posible que muchos de los mensajes que envíen en este chat no sean de importancia o simplemente los colaboradores no sientan que sus mensajes son atendidos por las cabezas de la empresa.

La actual investigación, se presenta la siguiente formulación del problema:

Problema general:

- ¿Qué relación existe entre WhatsApp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara, 2019?

Los problemas específicos fueron:

- ¿Cómo se relaciona WhatsApp y los tipos de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019?
- ¿Cómo se relaciona WhatsApp y las formas de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019?

Esta investigación se **justifica de manera teórica** para comparar información mediante las variables dimensiones e indicadores, asimismo, pretende contribuir conocimientos a otros estudiantes que busquen antecedentes sobre el mismo o similar tema. Mientras que se **justifica de manera práctica** ya que se facilitará la publicación sobre la investigación de WhatsApp y la comunicación interna y ver cómo se relaciona con los trabajadores ya sea positiva o negativamente y finalmente la **justificación metodológica** el trabajo de investigación busca obtener la mayor confiabilidad, por eso se realizó un juicio de expertos en la materia, se buscó determinar la relación que existe entre WhatsApp y la comunicación interna.

A continuación, se plantea los objetivos de la investigación.

Objetivo general:

- Determinar la relación que existe entre Whatsapp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

Objetivos específicos:

- Determinar la relación que existe WhatsApp y los tipos de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.
- Determinar la relación que existe WhatsApp y las formas de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

A continuación, se plantea las siguientes hipótesis

Hipótesis general:

- Existe relación significativa entre Whatsapp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

Hipótesis específicas:

- Existe relación directa entre WhatsApp y los tipos de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.
- Existe relación directa entre WhatsApp y las formas de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

II. MARCO TEÓRICO

Se investigó sobre trabajos nacionales para que sirvan como antecedentes para mi investigación, los cuales se verán a continuación.

Charry (2017). *Gestión de comunicación interna y su relación con el clima organizacional*, tesis para obtener título profesional de magister en Comunicación Social, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú, cuyo objeto fue obtener la conexión entre la comunicación interna y el clima organizacional en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 03 de Lima metropolitana, enfoque cuantitativo, método de investigación descriptiva correlacional, población de 285 personas, muestra de 200 personas, se usó la técnica de encuesta, el cual concluyó que se comprueba el grado de relación significativa entre la gestión de la comunicación interna y el clima laboral.

Quiñones (2017). *Relación de la comunicación interna en el clima organizacional en la Gerencia de Producción Griferías de la empresa VSI Industrial*, tesis para obtener el grado de licenciada en Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Martín de Porres, Perú, cuyo objetivo fue conocer cómo se conecta la comunicación interna y el clima organizacional – Gerencia de Producción Griferías de la empresa VSI Industrial, enfoque cuantitativo, con el total de 100 colaboradores de la empresa, el cual concluye que la comunicación interna tiene un grado de relación significativa con el clima organizacional.

Capcha y Goytendia (2016). *El Facebook y el WhatsApp como estilos de socialización en los adolescentes del 4° de secundaria del colegio Trilce Huancayo 2016*, tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Centro del Perú, Perú, cuyo objeto fue comprender si Facebook y el WhatsApp son formas de relacionarse entre los adolescentes, método de investigación análisis – síntesis, población 650 y una muestra de 74 estudiantes del 4° de secundaria quienes se encuentran entre los 14 y 17 años, concluyeron que la vida social de los adolescentes está condicionada por las redes sociales, debido a que es un medio de interacción entre sus usuarios.

Castillo y De la Cruz (2015). *Propuesta de un plan de comunicación interna para fortalecer el clima organizacional de las carreras de Ciencias de la Comunicación*,

Trabajo Social y Turismo de la Universidad Nacional de Trujillo – 2015, tesis para optar por el grado de licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Trujillo, Perú, cuyo objetivo fue crear un plan de comunicación interna para hacer más sólido el clima organizacional de las carreras Ciencias de la Comunicación, Turismo y Trabajo Social de la Universidad Nacional de Trujillo - 2015, enfoque cuantitativo, método de investigación descriptiva propositiva – transversal, población 1101 personas, muestra 314 personas, concluyeron que la comunicación interna en las carreras de Trabajo Social, Ciencias de la Comunicación y Turismo se desarrolla de manera involuntaria, sin contar con un plan elaborado para cumplir sus metas y predominar en la sensación, conducta y postura de sus integrantes.

Castañeda (2014). *Influencia de la comunicación interna en la identidad corporativa en los públicos internos de la empresa de telecomunicaciones Cable Visión Perú*, tesis de licenciatura para optar el grado de licenciatura en Ciencias de la Comunicación , Universidad Peruana Unión, Perú, cuyo objetivo fue aclarar el condicionamiento de la comunicación interna en la identidad corporativa de los públicos internos de telecomunicaciones “Cable Visión Perú”, método de investigación correlacional y enfoque cuantitativo, muestra de 104 colaboradores de la empresa, se utilizó un cuestionario de 40 preguntas, el cual concluyó que la comunicación interna de la organización de cable visión tiene influencia en la identidad visual del público interno de la organización con un 95% de confianza.

Asimismo, se investigó sobre trabajos internacionales para que sirvan como antecedentes para mi investigación, los cuales fueron:

Rondon (2017). *La influencia del uso excesivo de la red social WhatsApp en la comunicación no verbal de los adolescentes de 5.to grado de secundaria de la U.E. “andina” de la ciudad de la Paz, gestión 2015*, En su tesis de grado, Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia, cuyo objetivo fue determinar la influencia del uso excesivo de la red social WhatsApp en la comunicación no verbal de los estudiantes de 5to de secundaria de la unidad educativa “Andina” de la zona Villa El Carmen de la ciudad de La Paz durante septiembre y diciembre de la gestión 2015, enfoque mixto, método de

investigación exploratoria, descriptiva y explicativa, se usó el instrumento de cuestionario, se concluyó que la influencia del uso excesivo del WhatsApp afecta en la vida de los jóvenes, tanto en el ámbito académico como personal y causa la progresiva pérdida de la comunicación cara a cara.

Ixcot (2017). *El uso de WhatsApp en la comunicación entre adolescentes*, tesis de licenciatura, Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala, cuyo objetivo fue examinar WhatsApp en la comunicación entre adolescentes y los efectos en su entorno, enfoque cuantitativo, método de investigación descriptiva analítica, población 224 alumnos y muestra de 98 alumnos, se usó un instrumento de cuestionario, se concluyó que los jóvenes de las edades de 15 a 18 años, estudiantes de la I. E. Benedictino de Guatemala, y los habitantes en Boca del Monte, conservan una correlación constante en WhatsApp.

Gonzales y Herrera (2017). *La importancia de una buena comunicación interna organizacional: una mirada a la agencia MB comunicaciones*, tesis para obtener el grado de maestría en Comunicación Social, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia, cuyo objetivo fue plantear una estrategia de comunicación interna para la agencia de comunicaciones y relaciones públicas MB comunicaciones, método de investigación analítica, se concluyó que el buen espacio con el que cuenta la empresa hace que disminuya el estrés de los empleados, propiciar el dialogo y facilitar la comunicación entre los colaboradores, hace que los trabajadores estén satisfechos y ello ayude a promocionar su bienestar y productividad en el trabajo.

Orbe (2017). *Plan de comunicación estratégica para el fortalecimiento de la comunicación interna de la empresa: negocios fiduciarios*, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador, cuyo objetivo fue diagnosticar el estado actual del manejo de la comunicación interna de la empresa Fiduciaria, enfoque cuantitativo, muestra censal, concluyeron que el manejo adecuado de la comunicación interna facilita el desarrollo de las buenas relaciones interpersonales, facilita el cumplimiento de las tareas laborales, y también motiva al personal.

López (2016). *El uso del Whatsapp como canal de comunicación interna en entornos empresariales*, tesis de licenciatura, Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala, cuyo objetivo fue describir el uso de WhatsApp como canal de comunicación interna en entornos empresariales, enfoque cuantitativo, método de investigación inductivo, muestra 25 personas, se aplicó un instrumento de 20 preguntas abiertas, concluyeron que los trabajadores usan WhatsApp como medio de comunicación interna entre jefes directos y los compañeros de trabajo. Mediante los chats individuales y grupales.

A continuación, veremos las distintas **teorías** del campo comunicacional, las cuales son:

Teoría General de Sistemas, esta teoría trata de explicar la dinámica de las empresas y quiere dejar en claro que todo es mayor a las sumas de sus partes, esta teoría a primera vista parece fácil de comprender, a pesar de esto muchas empresas no la aplican y funcionan con sus puestos aislados y no cuentan con un sistema de comunicación que los relacione, debido a esto las empresas suelen ser ineficientes y muchas veces incapaces de reaccionar a los cambios en la empresa.

Para definir la teoría de sistemas, Peralta sostiene al respecto.

En los últimos años se han realizado grandes aportes a la gestión de empresas desde los postulados de la TGS (Teoría General de Sistemas), adoptando pensamientos propios de la teoría a la apreciación de las manifestaciones empresariales, llegando a un nuevo entendimiento de la organización gracias a un método con interacciones entre los componentes que la establecen y, así mismo, con el entorno. (Peralta, 2016 p. 126).

Esta teoría incita a que las empresas en conjunto con sus colaboradores trabajen para lograr los objetivos en común y que pueda ser de forma eficiente, también puede influenciar en la forma de cómo se analizan los problemas y situaciones que competen a la empresa, que pueden llegar a ser soluciones completamente diferentes al método mecanicista.

Teoría de la Tecnología de la Información y las Comunicaciones (TICs) son herramientas utilizadas para distribuir un mensaje de manera rápida y efectiva con

un buen uso, esta es utilizada por empresas para mejorar y facilitar las tareas diarias, crear en nuevas oportunidades, y a muy bajos costos.

Las Tics son claves para que el trabajo realizado sea más productivo: agilizando las comunicaciones, mejorando el trabajo en equipo, usando análisis financieros y auspiciando nuestros productos en el mercado. (Cano, 2018, p. 504).

Las Tics sirven principalmente para aumentar la producción en las organizaciones, la calidad, el manejo y también facilita la comunicación entre los trabajadores, etc. aunque su aplicación deber ser usada de forma correcta.

Ahora hablaremos de la variable independiente que es **WhatsApp**, esta es un aplicativo móvil que se define a sí mismo como mensajería instantánea, esta aplicación es de muy fácil uso y no solo sirve para enviar mensajes, sino, también podemos enviar videos, fotos, imágenes, trabajos, audios, entre otros.

Para definir WhatsApp, López menciona lo siguiente.

WhatsApp es una aplicación de mensajería instantánea que brinda muchos servicios como; envío de fotos, audios y mensajes inmediatos sin límites, solamente se necesita tener conexión a internet. [...] En la actualidad esta aplicación se ha implementado en lo laboral, las organizaciones y empleados han comenzado a utilizar este medio de mensajería como un canal de comunicación que permite estar informados en función de las labores diarias. (2016, p. 2)

Mejía (2019) mencionó que WhatsApp ya superó los 1.500 millones de usuarios, que a pesar de ser uno de los mejores medios de comunicación tanto personal como las empresas, no se considera una red social.

WhatsApp, es una red social de mensajería instantánea que se puede usar por múltiples sistemas operativos de Smartphone (celulares inteligentes), esta aplicación fue creada y desarrollada por la empresa Silicon Valley, permite enviar y recibir mensajes, también fotos videos, audios, diversos tipos de documentos, poder crear y tener diversos tipos de grupos

Descripción de **la mensajería instantánea**, primera dimensión de la variable independiente WhatsApp, es un aspecto de comunicación que se da entre dos o más personas en manera inmediata basada en el texto, ya sea de dispositivos móviles, computadoras o dispositivos conectados a internet.

Para definir mensajería instantánea, López mencionó lo siguiente.

“La mensajería instantánea es confundida con el chat, la mayor diferencia entre estas es que los usuarios no necesitan tener algún tipo de mensaje previo a la conversación, y la mensajería instantánea un usuario establece contacto con otro previamente conocido, ya que se debe tener en su lista de contacto” (2016, p. 31).

La mensajería instantánea sirve para enviar mensajes para uno o más usuarios, quienes los reciben de manera inmediata, el receptor lo recibe, lo lee y contesta inmediatamente, la mensajería instantánea ayuda a múltiples usuarios para dar una comunicación más rápida.

Por otro lado, las **comunicaciones móviles** son el enlace de 2 dispositivos móviles a más, ya sea mediante llamadas, mensajes o video llamadas mientras están en movimiento, estas se caracterizan hoy en día por las redes sociales en los celulares, ya sea la posibilidad de comunicarse con más individuos o para poder subir fotos o atracciones que visitas para que el individuo se sienta aceptado por la sociedad.

La forma de comunicación móvil se da con un servicio de internet y la manera de clasificar a los usuarios es por medio de sus números telefónicos. (López, 2016, p. 39.)

La comunicación móvil nos da la facilidad de comunicarnos con personas que se encuentran en un lugar distante al nuestro, el cual nos permite hablar de manera inmediata y efectiva en la emisión y recepción del mensaje, ya sea mediante aplicativos o mediante llamada y mensajes de texto.

Otro punto es la **proximidad**, es el grado de relación que se tiene con uno o más individuos, ya sean conocidos o desconocidos, con una misión, visión o un objetivo en común para poder lograr lo que se proponen, existen 2 tipos de proximidad las cuales se mencionaran continuación.

El primero, la proximidad íntima se da con las personas en las que confiamos plena mente, del afecto, cariño, donde pueda producirse un contacto íntimo. Es el espacio de la pareja, familia y amigos muy íntimos.

La aplicación puede ser usada para comunicarse de forma más íntima, ya sea con amigos o familia sobre todo cuando no están cerca. (Ixcot, 2017, p. 102.)

La proximidad íntima se da en una comunicación informal fuera del régimen laboral, ya sea para temas personales como: reuniones, salidas, almuerzos, etc. esta comunicación se da de manera individual o grupal entre amigos o familiares, sin embargo, se debería tener en cuenta que una proximidad íntima puede iniciar como una proximidad laboral.

Y el segundo, **la proximidad laboral** se da en el transcurso del trabajo para tocar temas que competen con la empresa y las funciones que un individuo ejerce en su oficio, solo se tocan temas relacionados al trabajo como son las metas, objetivos y reuniones para hablar de esta.

El avance de los dispositivos móviles ayuda a tener un intercambio de información de manera más rápida en todos los aspectos, siendo muy útil al nivel laboral. (López, 2016, p. 39.)

La proximidad laboral se da en casos de grupo de trabajo, para poder lograr el trabajo en equipo, aclarar ideas, solucionar problemas, enviar comunicados, citas, cumpleaños, etc. es con el fin de establecer contacto en general con los miembros de la empresa y mantener un mejor ambiente laboral.

Descripción de la **interactividad**, segunda dimensión de la variable independiente WhatsApp, es parte del intercambio de información, ideas u opiniones, en la mensajería instantánea o en las redes sociales siempre está presente el intercambio de comunicación tanto de masas como personal.

“[...] las interacciones entre personas crean la conversación en todos los entornos en que esta se usa, basado en esto las sociedades se forman en un

permanente intercambio de mensajes y se benefician de la diversidad generada por esas relaciones” (Charry, 2017, p. 24)

La interacción es un diálogo o comunicación en la que nos podemos beneficiar por el intercambio de información y dando a entender que la interacción ayuda a comprender más y mejor determinados temas.

En cuanto a los **mensajes**, son una información o recado que una persona le envía a otro, también se usa para nombrar a los conjuntos de los signos, símbolos o señales que son objeto de comunicación.

“La transmisión del mensaje es muy importante para la persona que está emitiendo una idea, un conocimiento o algo importante que quiera que sea entendido y analizado de manera clara, es por eso la importancia de manera directa.” (Rondon, 2017, p. 31).

El mensaje es importante porque permite al emisor expresarse de una manera clara, tanto el emisor como el receptor permiten analizar el contenido de la idea transmitida y observar los gestos, movimientos corporales, tonalidad de voz que emite el mensaje ayuda a que sea analizado y entendido de manera clara.

Mientras que el **comunicado**, es una nota, informe, un parte o una declaración que contiene una determinada información y que es difundida tanto masivamente en los medios de comunicación como también puede ser para uso interno en una empresa.

El comunicado que se envían de parte de los jefes hacia los empleados, teniendo como objetivo mediante los comunicados brindar reglas suficientes y establecidas por el centro laboral (Quién debe realizar que, cuando y porque). (Charry, 2017, p. 65).

Un comunicado es un mensaje, dato o información que comunica un informe para conocimiento del personal, privado o masivo, esta puede ser elaborada por una persona, una empresa o un gobierno que suele ser difundido a medios de comunicación.

Por otro lado, el **feedback** es el proceso mediante el cual realiza un intercambio de informaciones, datos, teorías, etc. entre dos o más personas diferentes, esto puede aplicarse en diferentes tipos de situaciones científicas.

Según Ruiz (Como se citó en Veliz 2016, p. 2) “El feedback o retroalimentación se denomina la acción cuando una persona recibe algún dato o mensaje de manera precisa y concreta mediante el criterio de algún dicho o suceso que usado de forma efectiva se transforma en un aprendizaje de desarrollo tanto personal y profesional.”

El feedback se da cuando una persona te da una información sobre algún acontecimiento ocurrido durante el día tanto positivo o negativo, que sirve para dar a entender la actitud del individuo fue positiva o negativa, si el feedback es comunicada de forma correcta, esta persona va a tener un mejor desempeño tanto laboral y como persona.

Ahora se desarrollará la variable dependiente que es **la comunicación interna**, es una herramienta por el cual se llevan a cabo las relaciones dentro de la empresa en conjunto de todos los colaboradores de esta, mediante esta herramienta podemos conocer y comunicar diversos tipos de información, ya sea por algún comunicado importante, alguna falta que haya ocurrido en el día o algún tipo de celebración o festividad que se pueda dar con la mayor cantidad de participantes.

“La comunicación interna se da en todas las organizaciones, ya sea de forma intencionada o de manera natural. Consiste en un grupo de modelos que establecen la interacción entre las personas y conjuntos que crean las empresas” (Charry, 2017, p. 46)

Charry mencionó que la comunicación interna es algo que toda organización tiene para poder mejorar el ambiente laboral y la comunicación dentro de la empresa, estas se dan de forma natural o en algunos casos se crea un medio para poder llevar a cabo esta.

Desarrollo de los tipos de comunicación interna, primera dimensión de la variable dependiente comunicación interna, se dan principalmente en la empresa, se

dividen en 2, las cuales son comunicación interindividual y la comunicación de difusión, a continuación, serán definidas.

Los tipos de comunicación deben ser dados como un proceso social, ya que es lo que nos permite desarrollar la interacción entre los humanos, y es por ello que una sociedad puede regularse en cualquier ámbito social. (López, 2016, p. 9).

Los tipos de comunicación son procesos sociales que permiten comunicarnos e interactuar entre las personas, es por esto que la sociedad puede llegar a un acuerdo entre ambas partes y lograr una sociedad muchas veces más calmada y civilizada.

En cuanto a la **comunicación interindividual**, se da cuando 2 personas intercambian información de forma tanto verbal como no verbal, para expresar pensamientos, sentimientos ya sea de forma social o colectiva usando canales naturales de comunicación.

Para definir que es la comunicación interindividual, Castañeda mencionó:

Dos personas A y B acuerdan verse en un lugar y usan canales naturales de comunicación como: hablar, escuchar, gesticular, tocar. Esto es una comunicación bidireccional ambos cumplen el papel de emisor y receptor a la vez, se le denomina a el cambio de información en pregunta – respuesta, el dialogo, la conversación o interacción. (2014, p. 12).

Esto quiere decir que la comunicación interindividual se da con 2 personas ya sea de forma verbal o no verbal, que se da de forma vi direccional, ambos tienen el rol de emisor y receptor, para intercambiar ideas, pensamientos, emociones.

Mientras que la **difusión**, es la acción y efecto de difundir, propagar, expandir, difundir, como pueden ser los medios de comunicación, televisión, radio, libros, anuncios, etc. son contenidos utilizados para la difusión de contenidos a nivel masivo.

Para definir que es la comunicación de difusión, Castañeda mencionó:

Esta comunicación es donde solo el emisor habla y un grupo de personas solo escucha, como: el comandante del ejército, el profesor en una clase o el cura en la misa. La actitud de una persona es el mensaje y la respuesta sería un acto mas no otro mensaje. (2014, p.12)

Esto quiere decir que en la comunicación de difusión solo hay un emisor que comunica el mensaje, y los demás son receptores, como pueden ser el sermón de iglesia, una clase, o también medios de comunicación como la televisión, radio, anuncios, libros, etc. donde la comunicación es unidireccional.

Desarrollo de las **formas de comunicación interna**, segunda dimensión de la variable dependiente comunicación interna, se manejan diferente en cada empresa, ésta depende de cuanta relación exista entre las áreas superiores e inferiores, es un recurso importante para la meta de la empresa, una buena comunicación es sinónimo de eficiencia, coordinación e información.

En los canales donde la información fluye y se crean tipos de interacción entre los trabajadores de una empresa que se establecen las diferentes formas de comunicación organizacional. (López, 2016, p. 21).

Las formas de comunicación que se da dentro de una empresa es de acuerdo al sistema de comunicación que este maneje, las formas de comunicación son:

En primer lugar, la **comunicación descendente** es aquella que proviene del jefe o alguien de un cargo superior, quien brinda las técnicas que se deben seguir para realizar de manera eficiente las cosas dentro de la organización.

“La comunicación descendente se encarga de otorgar un orden para desarrollar ciertas funciones. Entrenamiento, capacitaciones, tareas, roles, directivas, etc. Su principal función se crea naturalmente por la organización, que es dar órdenes.”(Castañeda, 2014).

Castañeda indicó que la comunicación descendente tiene un orden, ese orden es dependiendo el cargo que ejerzas desde el líder o jefe hasta el obrero o empleado, es una comunicación que se da de acuerdo a los cargos que realices en la empresa.

En segundo lugar, la **comunicación ascendente** es aquella donde los empleados envían a otro que ocupen puestos más altos dentro de la organización hasta que se llegue al jefe de la organización.

Para definir la comunicación ascendente, Castañeda sostuvo:

La colaboración de las funciones y los temas de la empresa por parte de los componentes, son los frutos claros de la comunicación ascendente. Las acciones de comunicación que se desligan de esta deben dar inicio a un sistema sustentable que asegure un buen clima en la empresa (2014).

La comunicación ascendente estabiliza el clima organizacional en una empresa, esta contribuye a la motivación del trabajador, desde el de rango más bajo en la empresa, hasta el jefe, se da una comunicación sin importar los rangos que ejerza cada uno, todos participan, contribuyen y colaboran, es una comunicación que se da en cada empresa y todos avanzan para alcanzar la meta de la institución de trabajo.

Y, por último, la **comunicación horizontal** es aquella que se da con personas de la misma jerarquía o de la misma área dentro de una organización, esta se da con la información con la que las personas del mismo rango cooperen o colaboren con sus objetivos aprendiendo más entre ellos.

Para definir la comunicación horizontal, Castañeda sostuvo:

La comunicación horizontal está compuesta por los soportes de la organización y mantiene la estructura interna de comunicaciones. En esta se mantiene la dinámica de la empresa, no solo es un sistema útil de comunicaciones descendentes o con la colaboración de trabajadores expresando la comunicación ascendente, si no es una comunicación horizontal entre grupos, personas, entre departamentos y entre todo público de la empresa de la misma jerarquía. (2014)

Para Castañeda la comunicación horizontal es la manifestación del clima organizacional más equilibrado, sin la orden de un jefe o alguna sugerencia de un empleado hacia el jefe, si no, sobre empleados del mismo rango que aportan a la empresa para poder avanzar juntos obteniendo un clima organizacional de armonía entre todos los colaboradores por igual.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de la investigación

La investigación es de enfoque cuantitativo ya que se recolectan y analizan datos cuantitativos sobre las variables y se estudian las propiedades y fenómenos cuantitativos.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionaron que “De las preguntas se fijan hipótesis y definen variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se estudian las mediciones obtenidas usando métodos estadísticos, y se extrae un proceso de conclusiones.” (p. 37).

El enfoque cuantitativo realiza un proceso de recolección de datos mediante una problemática, se definen hipótesis y objetivos, para comprobar la hipótesis mediante los resultados numéricos, por el proceso de análisis estadísticos.

El **tipo de investigación** es aplicada, tiene como finalidad obtener y coleccionar la información para construir una base de conocimientos a la cual se le buscará una solución al problema.

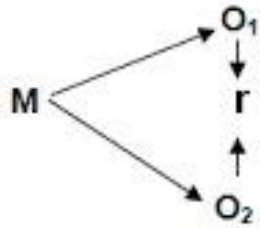
Según Hernández et al. (2014), mencionaron que “La investigación realiza dos intentos principalmente: a) producir teorías y conocimientos (investigación básica) y b) solucionar problemas (investigación aplicada).” (p. 24).

Es decir que, con la información obtenida con similares tipos de investigación, se crea una información adicional y constantemente cambiante y con esta podemos darle una solución de acuerdo al problema.

Por otro lado, la investigación tiene un **diseño no experimental**, lo cual quiere decir que no altera las variables que interpretaremos, sino que observamos fenómenos en su ambiente natural para describirlos y estudiarlos sin necesidad de reproducirlo en un ambiente controlado.

Según Hernández et al. (2014), mencionaron que “La investigación que se ejecuta sin manipular deliberadamente variables.” (p. 152)

Es decir que no se manipulan las variables, el estudio se centra en la comprensión de las variables en su entorno.



Donde:

M = Muestra

O1 = WhatsApp

O2 = Comunicación interna

R = Correlación entre las variables

En cuanto al estudio de **corte transversal**, según Hernández et al. (2014), mencionaron que “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único.” (p. 154)

Esto quiere decir que es un tipo de investigación en el que se analizan datos de las variables en un determinado periodo de tiempo sobre una muestra o población previamente definido.

Finalmente, la investigación es de **nivel correlacional** sirve para ver el grado relación existe entre 2 o más variables en un contexto particular.

Según Hernández et al. (2014), mencionaron que:

“Este tipo de estudios tiene como propósito conocer los vínculos o nivel de relación que exista entre dos o más conceptos, variables o categorías en una muestra o contexto único. En algunos casos solo se estudia la relación entre dos variables, pero con constancia se ubican en el análisis, vínculos entre tres, cuatro o más variables.” (p. 93)

Es decir que la investigación presenta un nivel correlacional debido a que dichos resultados permitirán el grado de correlación entra las variables.

3.2. Variables y operacionalización

Variable independiente: WhatsApp

Definición conceptual: Según López (2016) WhatsApp es un aplicativo de mensajería instantánea que ofrece diversas funciones como; fotos, audios, videos. [...] Hoy en día el uso de este aplicativo se está implementando en el ámbito laboral. Las empresas y los empleados han empezado a usar este aplicativo de mensajería como un medio de comunicación que les permite estar comunicados en función de realizar las labores diarias (p. 2).

Definición operacional: Según el estudio Digital 2019 Global Digital Overview (Enero 2019) v01 realizado por las empresas We are Social y Hootsuite demostró que WhatsApp es un canal muy importante para las empresas, a pesar de no ser considerada una red social

Es un aplicativo de mensajería instantánea, esta aplicación fue creada y desarrollada por la empresa Silicon Valley, permite enviar y recibir mensajes, también fotos videos, audios, diversos tipos de documentos.

Dimensiones e indicadores: La primera dimensión mensajería instantánea, este tiene 2 indicadores los cuales son comunicación móvil y proximidad.

La segunda dimensión es interactividad, esta tiene 3 indicadores los cuales son mensaje, comunicado y feedback.

Variable dependiente: Comunicación interna

Definición conceptual: Según Charry (2017) La comunicación interna se da en todas las organizaciones, tanto de forma provocada o de manera natural. Es un grupo de normas que brindan la conexión entre los grupos y personas que comprenden las organizaciones (p. 46).

Definición operacional: Es una red social de mensajería instantánea que puede ser usada por múltiples sistemas operativos de smartphones (celulares inteligentes), esta aplicación fue creada y desarrollada por la empresa Silicon Valley, permite enviar y

recibir mensajes, además también fotos videos, audios, diversos tipos de documentos y poder crear y tener diversos tipos de grupos.

Dimensiones e indicadores: La tercera dimensión es tipos de comunicación esta cuenta con 2 indicadores comunicación móvil y proximidad.

La cuarta dimensión es formas de comunicación esta tiene 3 indicadores que son descendente, ascendente y horizontal.

Escala de medición: La escala usada fue de Likert, según Hernández et al. (2014), mencionan que “Consiste en un conjunto de ítems en forma de afirmaciones o juicios [...] y se solicita a la persona que marque de acuerdo a los cinco puntos o categorías de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. (p. 238). Las alternativas que se usaron en el instrumento fueron: 1. Nunca, 2. Casi nunca, 3. A veces, 4. Casi siempre y 5. Siempre.

3.3. Población y muestra

Para hallar **la población** se reúne a un grupo de personas de un mismo lugar o con características en común para poder realizar una idea o planteamiento de acuerdo a la investigación.

“Se cita a un conjunto de personas para usar las ideas, las costumbres, nociones, creencias, opiniones, costumbres o temas que involucren en el planteamiento de la investigación” (Hernández et al. 2014, p. 409).

Esto quiere decir que se busca a un grupo de personas de acuerdo al tema de investigación a la que se quiera investigar, para poder obtener opiniones y resultados en las encuestas, en este caso se utilizaran a los colaboradores de la empresa Promart de Santa Clara, que debido al aislamiento social se realizó a 60 colaboradores.

Criterios de Inclusión

- Trabajadores de la empresa Promart de Santa Clara
- Edades de 18 a 50 años
- Que disponga de tiempo para la encuesta
- Que quiera colaborar con la investigación

Criterios de exclusión

- Personas que no trabajen en Promart de Santa Clara
- Personas que no lean y marquen por marcar
- Personas que no quieran colaborar de forma voluntaria

La muestra censal se aplica cuando todos los integrantes o el total de la población son encuestados, este método sirve para obtener un mejor y más completo estudio.

“[...] nuestra investigación puede centrarse en un objetivo de evaluación o medición muy específica [...] como en el caso de un censo [...] esto ayudara a concebir un estudio mejor y más completo.” (Hernández et al. 2014, p. 74)

Esto quiere decir que la muestra censal se da al total de la población o a todos los integrantes de esta, la cual se quiere obtener sus respuestas o resultados, esto ayudaría a obtener un trabajo más completo.

Unidad de análisis:

La unidad de análisis está conformada por los trabajadores de la empresa Promart que se encuentren dentro del grupo de WhatsApp de “GDH Promart de Santa Clara”, debido a que esta investigación busca saber que tan efectiva es la comunicación dentro de la empresa.

3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos

La técnica usada en el presente trabajo es la **encuesta** que consiste en la recopilación de datos a través de la formulación de un cuestionario.

“El diseño de una encuesta estandarizada más orientada a las múltiples variables para concretar el grado de valoración de actitud y conducta de una posible incorporación” (Hernández et al. 2014, p.553)

Esto quiere decir que una encuesta se da con el fin de obtener resultados de acuerdo a ambas variables para saber si existe o no un grado de valoración o similitud entre estas.

Mientras que el instrumento usado es el **cuestionario** está elaborado por una serie de preguntas que son de acuerdo a las variables y dimensiones para que el entrevistado pueda brindarnos la información desde su punto de vista.

“El cuestionario es tal vez el instrumento más usado una recaudación de datos, se realizan una o más preguntas de acuerdo a las variables a medir, debe ser semejante al planteamiento del problema e hipótesis.” (Hernández et al. 2014, p. 217).

Esto quiere decir que el cuestionario es un conjunto de preguntas de acuerdo a las variables de las cuales se desee obtener información y estas preguntas deben ser planteadas de acuerdo al planteamiento del problema e hipótesis.

Tabla 1. Cuadro de valores para el cuestionario.

1= Nunca
2= Casi nunca
3= A veces
4= Casi siempre
5= Siempre

Fuente: Hernández et al. (2014)

La **validez** es el grado en que el instrumento mide la variable, el instrumento se aplicó una vez que los expertos ven el cuestionario y determinan que las preguntas

están bien realizadas con el fin de que las respuestas sirvan de ayuda para poder obtener información relevante para mi trabajo

Se alude al nivel en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir [...] la disposición no es tan fácil cuando se trata de variables como la emociones, servicio, sentimientos, motivación, calidad. (Hernández et al. 2014, p. 200).

Validez de los instrumentos, según expertos

Tabla 2. *Validez de instrumentos*

Experto	WhatsApp			Condición final
	Pertinencia	Relevancia	Claridad	
Mg. Gregorio Falconí Vallegos	si	si	si	Aplicable
Dr. Juan Antón Llanos	si	si	si	Aplicable
Mg. Luis Chávez Ramos	si	si	si	Aplicable
	Comunicación Interna			Condición final
	Pertinencia	Relevancia	Relevancia	
Mg. Gregorio Falconí Vallegos	si	si	si	Aplicable
Dr. Juan Antón Llanos	si	si	si	Aplicable
Mg. Luis Chávez Ramos	si	si	si	Aplicable

La confiabilidad de un instrumento que mide el grado de precisión en su medida, de forma que si esta es aplicada múltiples veces a la misma persona siempre darán los mismos resultados.

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

Tabla 3. Rango de los coeficientes de confiabilidad: Alfa de Cronbach

COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD	
Rangos	Interpretación
0.81 a 1.00	Muy alta confiabilidad
0.61 a 0.80	Alta confiabilidad
0.41 a 0.60	Moderada confiabilidad
0.21 a 0.40	Baja confiabilidad
0.01 a 0.21	Muy baja confiabilidad

Fuente: Valderrama (2014)

Confiabilidad: Método Alfa de Cronbach

Variable independiente: WhatsApp

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,804	8

Tabla 4. Estadísticas de fiabilidad de la Variable independiente.

En la tabla de la VI mediante el procedimiento de alfa de Cronbach, Aplicado al programa IBM SSPS 25, muestra la fiabilidad de la variable independiente siendo: 0,804 es confiable.

Variable dependiente: Comunicación interna

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,900	6

Tabla 5. Estadísticas de fiabilidad de la Variable dependiente.

En la tabla de la VD mediante el procedimiento de alfa de Cronbach, Aplicado al programa IBM SSPS, muestra la fiabilidad de la variable dependiente siendo: 0,900 es confiable.

3.5. Procedimiento

La encuesta se realizó de manera virtual debido al aislamiento social por el motivo del Covid-19, para el proceso se usó la tabulación de datos. Los resultados fueron resultado del programa IBM SSPS25 de donde se sacaron los gráficos y tablas.

3.6. Métodos de análisis

“Los métodos que desempeñaron los investigadores en el área y los métodos de análisis empleados (procedimientos de codificación, desarrollo de categorías e hipótesis)” (Hernández et al. 2014, p.454).

Para la recolección de datos se aplicó la encuesta, para el proceso de las respuestas se usó Excel y la tabulación de análisis se usó el método estadístico, tablas y gráficos del programa estadístico SSPS25.

Se utilizó la **estadística descriptiva**, para que la información pueda darse de manera clara y sencilla mediante gráficos, tablas y cuadros para una mejor comprensión de resultados. Mientras que la **estadística inferencial**, analiza y estudia los datos obtenidos de una población a partir de la muestra extraída.

3.7. Aspectos éticos

Esta investigación cumplió con todos los aspectos éticos, se desarrolló de acuerdo al informe de investigación, puesto que se realizó en base al silabo de la Universidad Cesar Vallejo, es preciso indicar que el informe hace uso de referencias y citas, donde se menciona de donde se obtuvo la información, los datos teóricos se usaron de manera adecuada para su autenticidad que fue observada mediante el programa de Turnitin.

IV. RESULTADOS

Análisis Descriptivos

En este capítulo, se han colocado las tablas de frecuencia y los gráficos que han sido resultado de la información recogida.

Determinar la relación que existe entre Whatsapp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

Tabla 6. Análisis descriptivo de WhatsApp

		WhatsApp			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	18,3	18,3	18,3
	Casi nunca	4	6,7	6,7	25,0
	A veces	12	20,0	20,0	45,0
	Casi siempre	25	41,7	41,7	86,7
	Siempre	8	13,3	13,3	100,0
	Total		60	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

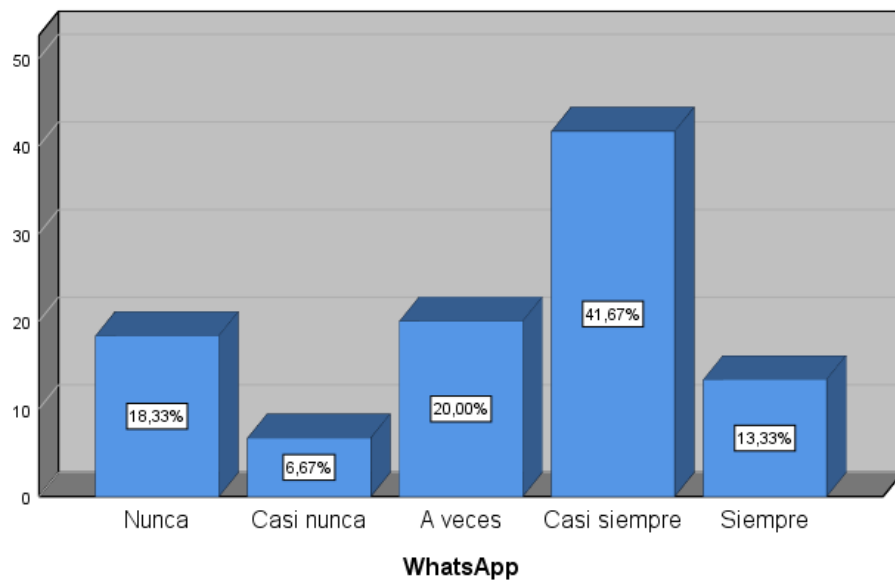


Figura 1. Representación gráfica de WhatsApp.

Interpretación: Según los datos de la encuesta que se realizó en Promart a 60 trabajadores, se dio a conocer que el 41,67% casi siempre les resulta de gran ayuda la aplicación de WhatsApp, el 20% a veces les resulta de gran ayuda la aplicación de WhatsApp, un 18,33% nunca les resulta de gran ayuda, el 13,3% siempre les resulta de gran ayuda la aplicación WhatsApp y solo el 6,67% muestra que casi nunca les resulta de gran ayuda la aplicación de WhatsApp.

Determinar la relación que existe entre Whatsapp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

Tabla 7. Análisis descriptivo de comunicación interna

		Comunicación_interna			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	8,3	8,3	8,3
	Casi nunca	5	8,3	8,3	16,7
	A veces	15	25,0	25,0	41,7
	Casi siempre	23	38,3	38,3	80,0
	Siempre	12	20,0	20,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

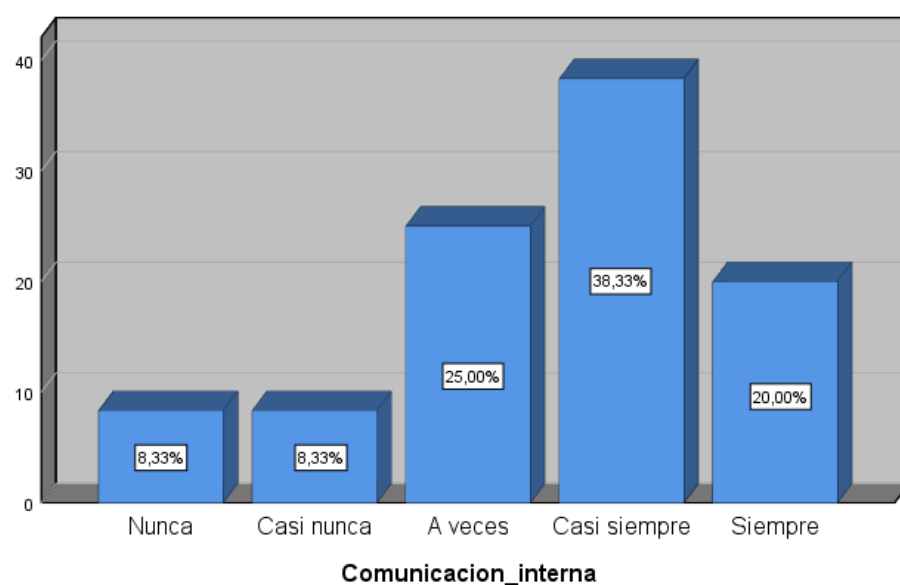


Figura 2. Representación gráfica de comunicación interna.

Interpretación: Según los datos de la encuesta que se realizó en Promart a 60 trabajadores, se dio a conocer que el 38,33% casi siempre les resulta útil la comunicación interna, el 25% a veces les resulta útil la comunicación interna, sin embargo, el 20% siempre les resulta útil la comunicación interna, y solo el 8,33% nunca y casi nunca les resulta útil la comunicación interna.

Por dimensión:

Determinar la relación que existe entre WhatsApp y los tipos de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019

Tabla 8. Análisis descriptivo de tipos de comunicación.

		Tipos_de_comunicación			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	18,3	18,3	18,3
	Casi nunca	1	1,7	1,7	20,0
	A veces	14	23,3	23,3	43,3
	Casi siempre	15	25,0	25,0	68,3
	Siempre	19	31,7	31,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

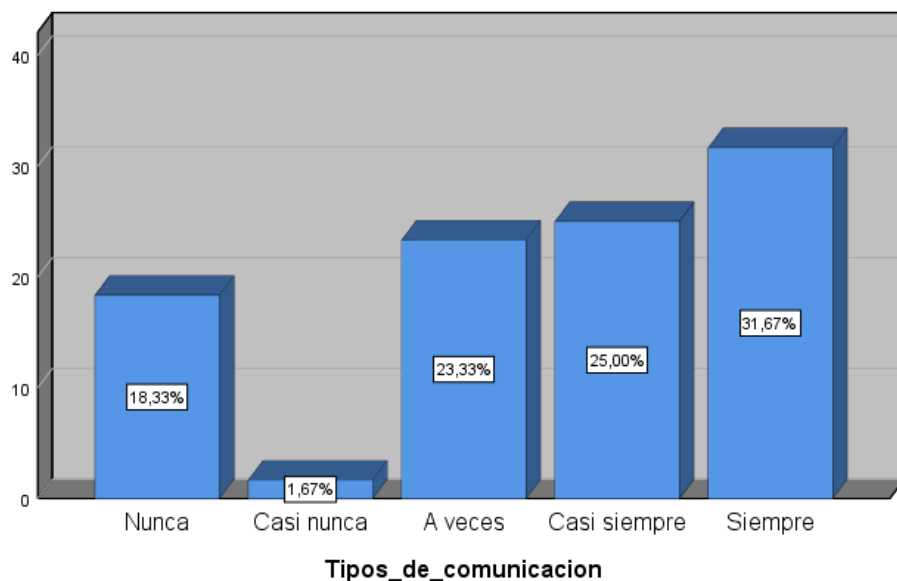


Figura 3. Representación gráfica de tipos de comunicación.

Interpretación: Según los datos de la encuesta que se realizó en Promart a 60 trabajadores, se dio a conocer que el 31,67% siempre les resulta útil los tipos de comunicación, el 25% casi siempre les resulta útil los tipos de comunicación, el 23,33% a veces les resulta útil los tipos de comunicación, sin embargo, un 18,33% casi siempre les resulta útil y solo el 1,67% casi nunca les resulta útil los tipos de comunicación que se dan dentro de la empresa.

Determinar la relación que existe entre WhatsApp y las formas de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

Tabla 9. *Análisis descriptivo de formas de comunicación.*

		Formas_de_comunicación			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	8,3	8,3	8,3
	Casi nunca	6	10,0	10,0	18,3
	A veces	16	26,7	26,7	45,0
	Casi siempre	23	38,3	38,3	83,3
	Siempre	10	16,7	16,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

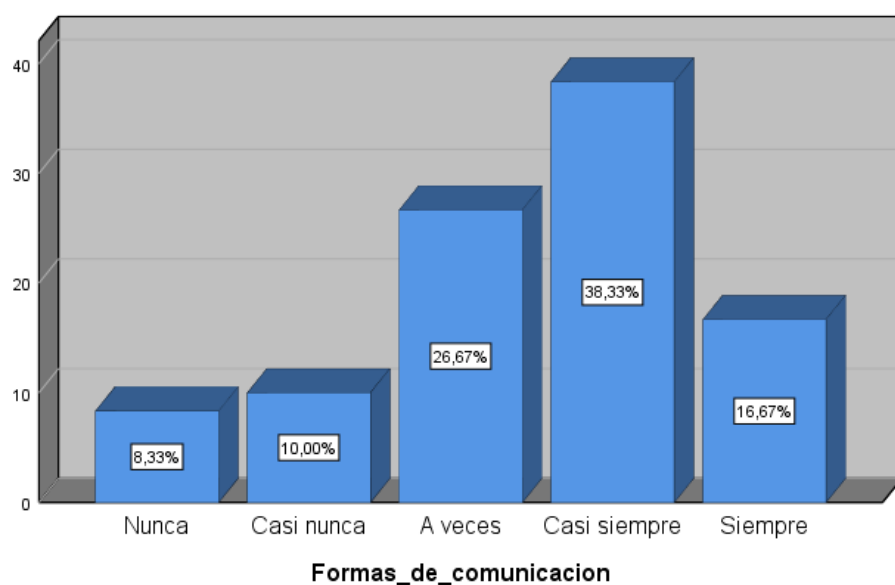


Figura 4. Representación gráfica de tipos de comunicación.

Interpretación: Según los datos de la encuesta que se realizó en Promart a 60 trabajadores, se dio a conocer que el 38,33% casi siempre les resulta útil las formas de comunicación, el 26,67% a veces les resulta útil las formas de comunicación, el 16,67% siempre les resulta útil las formas de comunicación, sin embargo, un 10% casi nunca les resulta útil y solo el 8,33% muestra que casi nunca les resulta útil las formas de comunicación que se dan dentro de la empresa.

Tablas cruzadas:

Tabla 10. Tabla cruzada V1 y V2

Tabla cruzada WhatsApp*Comunicación_interna

			Comunicación_interna					Total
			Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	
WhatsApp	Nunca	Recuento	2	2	5	0	2	11
		% del total	3,3%	3,3%	8,3%	0,0%	3,3%	18,3%
	Casi nunca	Recuento	2	0	2	0	0	4
		% del total	3,3%	0,0%	3,3%	0,0%	0,0%	6,7%
	A veces	Recuento	1	3	3	3	2	12
		% del total	1,7%	5,0%	5,0%	5,0%	3,3%	20,0%
	Casi siempre	Recuento	0	0	5	16	4	25
		% del total	0,0%	0,0%	8,3%	26,7%	6,7%	41,7%
	Siempre	Recuento	0	0	0	4	4	8
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%	6,7%	13,3%
	Total	Recuento	5	5	15	23	12	60
		% del total	8,3%	8,3%	25,0%	38,3%	20,0%	100,0%

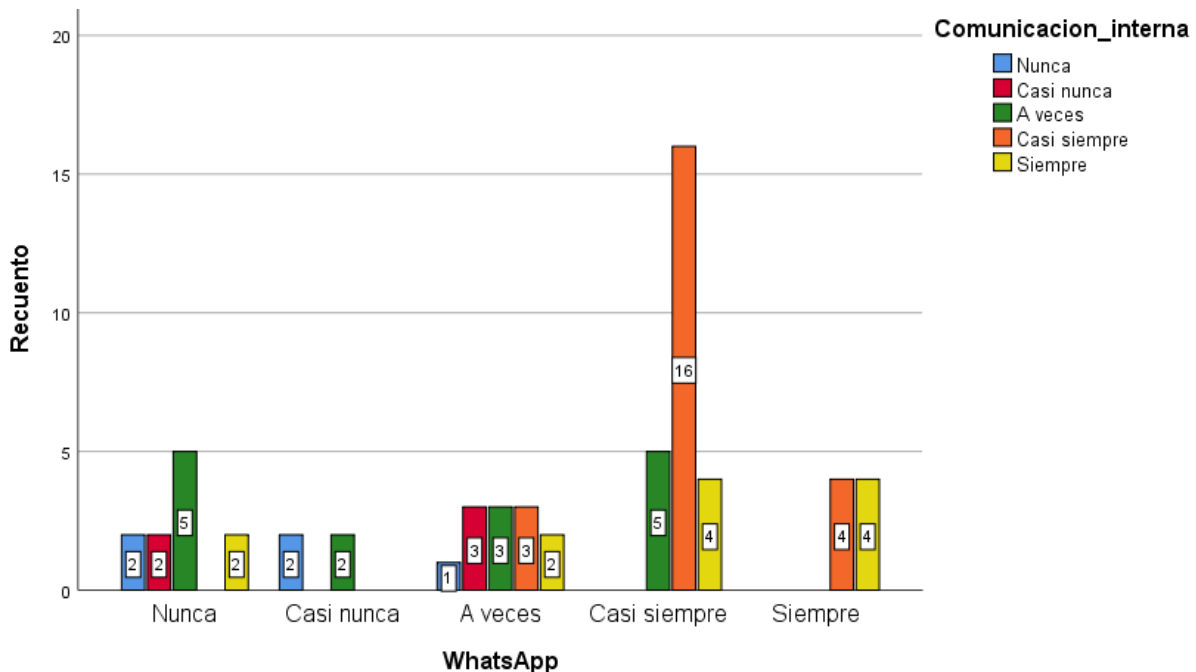


Figura 5. Representación gráfica de la tabla cruzada de WhatsApp y la comunicación interna

Interpretación: Según el presente gráfico nos muestra que, el 26,7% es el vínculo entre la primera variable WhatsApp y la segunda variable comunicación interna es casi siempre, el 8,3% es el vínculo entre la primera variable WhatsApp de la opción nunca y la segunda variable comunicación interna sea a veces, el 6,7% es el vínculo entre la primera variable WhatsApp de la opción siempre y la segunda variable comunicación interna sea casi siempre, el 6,7% es el vínculo entre la primera variable WhatsApp y la segunda variable comunicación interna sea siempre, el 5% es el vínculo de la primera variable WhatsApp de la opción a veces y la segunda variable comunicación interna sea casi siempre y el 3,3% es el vínculo entre la primera variable WhatsApp de la opción casi nunca y la segunda variable comunicación interna sea a veces. Esto quiere decir que si hay una relación entre el WhatsApp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara.

Tabla 11. Tabla cruzada V1 y D1

Tabla cruzada WhatsApp*Tipos_de_comunicación

		Tipos_de_comunicación					Total	
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
WhatsApp	Nunca	Recuento	7	0	2	1	1	11
		% del total	11,7%	0,0%	3,3%	1,7%	1,7%	18,3%
	Casi nunca	Recuento	1	1	0	1	1	4
		% del total	1,7%	1,7%	0,0%	1,7%	1,7%	6,7%
	A veces	Recuento	2	0	6	2	2	12
		% del total	3,3%	0,0%	10,0%	3,3%	3,3%	20,0%
	Casi siempre	Recuento	1	0	6	9	9	25
		% del total	1,7%	0,0%	10,0%	15,0%	15,0%	41,7%
Siempre	Recuento	0	0	0	2	6	8	
	% del total	0,0%	0,0%	0,0%	3,3%	10,0%	13,3%	
Total		Recuento	11	1	14	15	19	60
		% del total	18,3%	1,7%	23,3%	25,0%	31,7%	100,0%

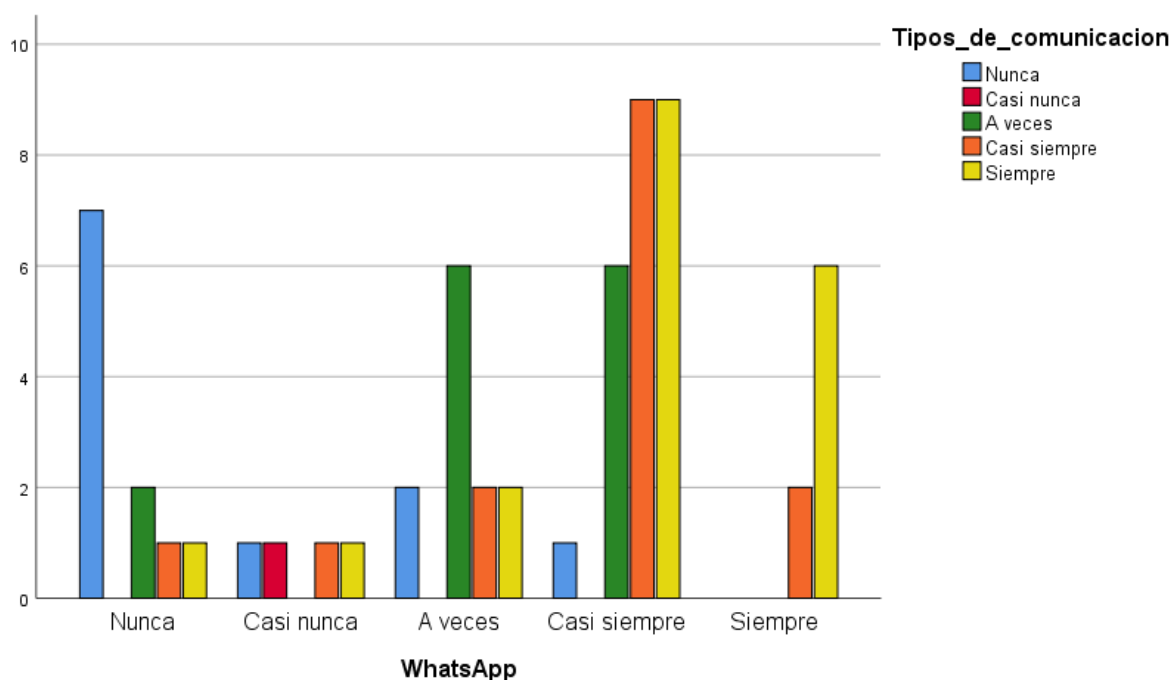


Figura 6. Representación gráfica de la tabla cruzada de WhatsApp y los tipos de comunicación.

Interpretación: El gráfico nos muestra que, el 15% es el vínculo entre la primera variable WhatsApp y la primera dimensión tipos de comunicación sea casi siempre, el 15% es el vínculo entre la primera variable WhatsApp de la opción casi siempre y la primera dimensión tipos de comunicación sea siempre, el 11,7% es el vínculo entre la primera variable WhatsApp y la primera dimensión tipos de comunicación sea nunca, el 10% es el vínculo entre la primera variable WhatsApp y la primera dimensión tipos de comunicación sea a veces, el 10% es el vínculo entre la primera variable WhatsApp de la opción casi siempre y la primera dimensión tipos de comunicación sea a veces y el 10% es el vínculo entre la primera variable WhatsApp y la primera dimensión tipos de comunicación sea. Eso quiere decir que si existe relación entre WhatsApp y los tipos de comunicación en los trabajadores de Promart de Santa Clara.

Tabla 12. Tabla cruzada V1 y D2

Tabla cruzada WhatsApp*Formas_de_comunicación

			Formas_de_comunicación					
			Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total
WhatsApp	Nunca	Recuento	2	1	6	1	1	11
		% del total	3,3%	1,7%	10,0%	1,7%	1,7%	18,3%
	Casi nunca	Recuento	0	0	3	0	1	4
		% del total	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%	1,7%	6,7%
	A veces	Recuento	2	3	2	4	1	12
		% del total	3,3%	5,0%	3,3%	6,7%	1,7%	20,0%
	Casi siempre	Recuento	1	2	5	14	3	25
		% del total	1,7%	3,3%	8,3%	23,3%	5,0%	41,7%
	Siempre	Recuento	0	0	0	4	4	8
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%	6,7%	13,3%
	Total	Recuento	5	6	16	23	10	60
		% del total	8,3%	10,0%	26,7%	38,3%	16,7%	100,0%

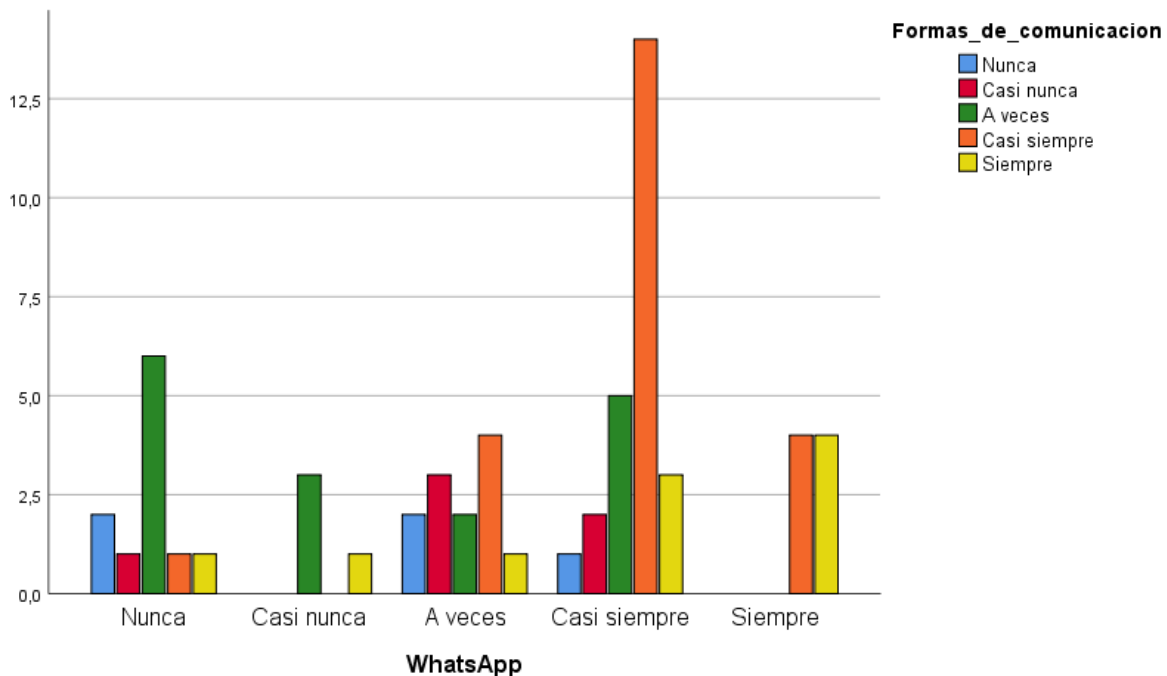


Figura 7. Representación gráfica de la tabla cruzada de WhatsApp y las formas de comunicación.

Interpretación: El gráfico nos muestra que, el 23,3% es el vínculo entre la primera variable WhatsApp y la segunda dimensión formas de comunicación sea casi siempre, el 10% es el vínculo entre la primera variable WhatsApp de la opción nunca y la segunda dimensión formas de comunicación sea a veces, el 8,3% es el vínculo entre la primera variable de la opción casi siempre y la segunda dimensión formas de comunicación sea a veces, el 6,7% es el vínculo entre la primera variable WhatsApp de la opción a veces y la segunda dimensión formas de comunicación sea casi siempre, el 6,7% es el vínculo entre la primera variable WhatsApp de la opción siempre y la segunda dimensión formas de comunicación sea siempre, el 5% es el vínculo de la primera variable WhatsApp de la opción casi nunca y la segunda dimensión formas de comunicación sea a veces y el 5% es el vínculo de la primera variable WhatsApp de la opción a veces y la segunda dimensión sea casi nunca. Esto quiere decir que existe relación entre WhatsApp y las formas de comunicación en los trabajadores de Promart de Santa Clara.

Prueba de hipótesis

Para contrastar la hipótesis se utilizó la prueba de Spearman debido a que, ambas variables son cualitativas.

Tabla 13. Nivel del coeficiente de correlación

Valor	Criterio
0.81 – 1.00	Correlación alta o muy significativa
0.61 – 0.80	Correlación significativa
0.41 – 0.60	Correlación moderadamente significativa
0.21 – 0.40	Correlación baja de escaso significado
0.01 – 0.20	Correlación extremadamente baja o insignificante
0.00	Ninguna correlación

Fuente: Rivas (2014)

Valor de significancia $\alpha = 0,05$

Regla de decisión:

Si, $Sig. e < Sig. i$, entonces se rechaza la H_0 y se acepta la H_1

Si, $Sig. e > Sig. i$, entonces se rechaza la H_1 y se acepta la H_0

Prueba de hipótesis general:

H_0 : No existe relación significativa entre WhatsApp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

H_1 : Existe relación significativa entre WhatsApp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

Correlaciones

Tabla N° 14. Correlaciones $V_1 * V_2$

		WhatsApp	Comunicación_i nterna
Rho de Spearman	WhatsApp	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	60
	Comunicación_interna	Coeficiente de correlación	,560**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	60

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: En esta tabla podemos observar el resultado del coeficiente RHO de Spearman, la relación es 0,560 y de acuerdo a la escala de estimación, existe una correlación moderadamente significativa. Además, el nivel de significancia es 0,000 como resultado se niega la hipótesis nula (Ho) y aceptamos la hipótesis alterna (H1). Concluimos señalando que, si existe relación moderadamente significativa entre Whatsapp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

Prueba de hipótesis específicas:

Hipótesis específica 1:

H0: No existe relación directa entre WhatsApp y los tipos de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

H1: Existe relación directa entre WhatsApp y los tipos de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

Correlaciones

Tabla N° 15. Correlaciones V1*D1

		WhatsApp	Tipos_de_comu nicación
Rho de Spearman	WhatsApp	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	60
	Tipos_de_comunicación	Coeficiente de correlación	,581**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	60

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: En esta tabla podemos observar el resultado del coeficiente RHO de Spearman, la relación es 0,581 y según la escala de estimación, existe una correlación moderadamente significativa. Además el nivel de significancia es 0,000 como resultado se niega la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna (H1). Se concluye que, si existe relación moderadamente significativa entre WhatsApp y los tipos de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

Hipótesis específica 2:

H0: No existe relación directa entre WhatsApp y las formas de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

H1: Existe relación directa entre WhatsApp y las formas de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

Correlaciones

Tabla N° 16. Correlaciones V1*D2

		WhatsApp	Formas_de_co municación
Rho de Spearman	WhatsApp	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,468**
		N	60
	Formas_de_comunicación	Coefficiente de correlación	,468**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	60

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: En esta tabla podemos observar el resultado del coeficiente RHO de Spearman, la relación es 0,468 y según la escala de estimación, existe una correlación moderadamente significativa. Además el nivel de significancia es 0,000 como resultado se niega la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1). Se concluye que, si existe relación moderadamente significativa entre WhatsApp y las formas de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

V. DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación del instrumento, podemos señalar la existencia de consecuencias importantes para la investigación, que deben de ser tomados en cuenta:

En función a los datos obtenidos, la hipótesis general (Existe relación significativa entre Whatsapp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara, 2019), demostró que, se acepta la hipótesis alterna que establece que existe relación entre WhatsApp y la comunicación interna.

Estos resultados coinciden con la investigación de López (2016) que muestra que los beneficios y ventajas con el WhatsApp y la comunicación interna dentro de la empresa objeto de estudio, muestra que es efectiva en las labores diarias, es discreta, abierta, inmediata, discreta y constante; ahorran tiempo y los chats en grupo promueven el trabajo en equipo.

En lo que concuerda al objetivo del autor que es, describir WhatsApp como un canal de comunicación interna en el ámbito laboral, y que se muestra que WhatsApp cumple una función positiva en la empresa mediante las labores diarias de la empresa y la facilidad de información que se puede presentar en los trabajadores.

La primera hipótesis específica plantea saber si, existe relación directa entre WhatsApp y los tipos de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019. Según los resultados obtenidos mediante el RHO de Spearman se encontró que existe relación directa entre WhatsApp y los tipos de comunicación interna, estos coinciden con los resultados de Orbe (2017) quien muestra que los puntos de vista que dan los colaboradores son tomados en cuenta en su mayoría, lo cual demuestra que la empresa se preocupa con ellos y su bienestar. Dándoles la oportunidad de participar en la toma de decisiones.

Los resultados permitieron ver que los trabajadores si se sienten escuchados y atendidos en su mayoría por los jefes o supervisores de sus áreas, esto permite que

los colaboradores se sientan mejor sabiendo que su opinión si es de importancia o relevante para la empresa

La segunda hipótesis específica plantea saber si, Existe relación directa entre WhatsApp y las formas de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019. Según los resultados obtenidos mediante el RHO de Spearman se demostraron que existe relación directa entre WhatsApp y las formas de comunicación, dicha relación concuerda con López (2014), que demuestra que la encuesta realizada a los colaboradores, usan el aplicativo WhatsApp como canal de comunicación interna entre los jefes directos y compañeros de trabajo. Mediante los chats individuales y grupales.

Asimismo, los resultados demuestran que, si se maneja una buena forma de comunicación en la empresa, ya que existe facilidad al momento de enviar una información a los trabajadores y jefes inmediatos dentro de esta, sin necesidad de una previa cita.

VI. CONCLUSIONES

1. En base al objetivo general, concluyó el presente trabajo de investigación indicando que existe una relación moderadamente significativa, con un valor de 0,560 según el Rho de Spearman, demostrando la relación directa entre el WhatsApp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.
2. Por otro lado, el primer objetivo específico de la investigación, se concluyó que existe una correlación moderadamente significativa, con un valor de 0,581 según el Rho de Spearman, de esta manera, se acepta la H1, demostrando la relación directa entre WhatsApp y los tipos de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.
3. El segundo objetivo específico de la investigación, se concluyó que existe una existe una correlación baja de escaso significado, con un valor de 0,468 según el Rho de Spearman, de esta manera, se acepta la H1, demostrando que, si existe relación directa entre WhatsApp y las formas de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a los trabajadores de la empresa promart que en el grupo de WhatsApp “GDH Promart Santa Clara”, se evite poner temas irrelevantes o de escasa importancia en los grupos y enviar mensajes acordes con lo recibido.
2. Que los jefes de área y gerentes tomen en cuenta las consultas e inquietudes de los colaboradores y que les brinden el apoyo o soluciones que estos requieran, siempre que este a su alcance.
3. Comunicarse constantemente con sus superiores para tocar temas sobre las funciones, realizaciones y metas a cumplir durante la jornada laboral.
4. Que la retroalimentación sea eficiente y en caso contrario, no ser claro y conciso pedir y repetir los protocolos señalados en las capacitaciones.

REFERENCIAS:

- Cano, G. (enero, 2018). Dominio de las ciencias (2477). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6313252.pdf>
- Capcha, J. & Goytendia, A. (2017). *El Facebook y el WhatsApp como estilos de socialización en los adolescentes del 4° grado de secundaria del colegio Trilce Huancayo 2016*. (Tesis de licenciatura). Recuperado de http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1672/T010_45628322_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castañeda, L. (2014). *Influencia de la comunicación interna en la identidad corporativa de los públicos internos de la empresa de telecomunicaciones "Cable Vision Perú"*. (Tesis de licenciatura). Recuperado de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/594/Leydi_Tesis_bachiller_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castillo, E. & De la Cruz, J. (2015) *Propuesta de un plan de comunicación interna para fortalecer el clima organizacional de las carreras de Ciencias de la Comunicación, Trabajo Social y Turismo de la Universidad Nacional de Trujillo – 2015*. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/1727/TESIS%20CASTILLO%20CHAVEZ-DE%20LA%20CRUZ%20AVALOS%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Charry, H. (2017). *Gestión de la comunicación interna y su relación con el clima organizacional*. (Tesis de magistratura). Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6743/Charry_ch.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gonzales, M. & Herrera, S. (2017). *La importancia de una buena comunicación interna organizacional: una mirada a la agencia MB comunicaciones*. (Trabajo de grado).

- Ixcot, J. (2017). *El uso de WhatsApp entre adolescentes*. (Tesis de licenciatura). Recuperada de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1571.pdf
- López, A. (2016). *La comunicación interpersonal directa y las plataformas de mensajería instantánea WhatsApp y Facebook*. (Tesis de licenciatura). Recuperada de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1429.pdf
- López, I. (2016). *El uso de WhatsApp como canal de comunicación interna en entornos empresariales*. (Tesis de licenciatura). Recuperada de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1440.pdf
- Mejía, J. (2019). Estadísticas de redes sociales 2019: Usuarios de Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn, WhatsApp y otros. Recuperada de: <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>
- Peralta, E. (Febrero, 2016). *Teoría general de los sistemas aplicada a modelos de gestión*. *Aglala*, 7(1), 122-145. Recuperado de <https://doi.org/10.22519/22157360.901>
- Orbe, A. (2017). *Plan de comunicación estratégica para el fortalecimiento de la comunicación interna de la empresa: Negocios Fiduciarios*. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14114/%E2%80%9CPLA%20DE%20COMUNICACI%C3%93N%20ESTRAT%C3%89GICA%20PARA%20EL%20FORTALECIMIENTO%20DE%20LA%20COMUNICACI%C3%93N%20INTERNA%20DE%20LA%20EMPRES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivas, F. (2014). *Diccionario de investigación científica cualitativa y cuantitativa*. Perú: CONCYTEC-FONDECYT
- Quiñones, E. (2017). *Relación de la comunicación interna en el clima organizacional en la gerencia de producción griferías de la empresa industrial VSI Industrial*. (Tesis de licenciatura). Recuperado de

http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3244/3/quinones_eev.pdf

Rivas, F. (2014). Diccionario de investigación científica cualitativa y cuantitativa. Perú: CONCYTEC-FONDECYT

Rondon, A. (2017). *La influencia del uso excesivo de la red social WhatsApp en la comunicación no verbal de los adolescentes de 5.to grado de secundaria de la U.E. de la ciudad de la Paz, gestión 2015.* (Tesis de grado). Recuperado de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/18654/LA%20INFLUENCIA%20DEL%20USO%20EXCESIVO%20DE%20LA%20RED%20SOCIAL%20WHATSAPP%20EN%20LA%20COMUNICACION%20NO%20VERBAL%20DE%20LOS%20ADOL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Valderrama, S. (2014). Pasos para Elaborar Proyectos de investigación Científica. Cuantitativa, Cualitativa y mixta. Lima: Editorial San Marcos.

Veliz, D. (2016). *Retroalimentacion (feedback) positiva para el mejoramiento del entrenamiento (coaching) y liderazgo.* (Tesis de grado). Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2016/05/43/Veliz-Dulce.pdf>

Anexos: Operacionalización de variables.

Variable independiente: WhatsApp

Variable independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala y Valores
WhatsApp	López (2016) WhatsApp es una aplicación de mensajería instantánea que ofrece muchos servicios como; imágenes, audios, videos. [...] En la actualidad el uso de esta aplicación se está implementando en el ámbito laboral. Las empresas y los empleados han comenzado a utilizar esta plataforma de mensajería como un canal de comunicación que les permite estar comunicados en función de realizar las labores diarias (p. 2).	Según el estudio Digital 2019 Global Digital Overview (Enero 2019) v01 realizado por las empresas We are Social y Hootsuite demostró que WhatsApp es un canal muy importante para las empresas, a pesar de no ser considerada una red social Es un aplicativo de mensajería instantánea, esta aplicación fue creada y desarrollada por la empresa Silicon Valley, permite enviar y recibir mensajes, también fotos videos, audios, diversos tipos de documentos.	Mensajería instantánea	Comunicación móvil	Likert 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
				Proximidad	
			Interactividad	Mensaje	
				Comunicado	
				Feedback	

Variables y operacionalización

Variable dependiente: Comunicación interna

Variable dependiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensionas	Indicadores	Escala y Valores
Comunicación Interna	<p>Charry (2017) La comunicación interna se da en todas las organizaciones, tanto de forma provocada o de manera natural. Es un grupo de normas que brindan la conexión entre los grupos y personas que comprenden las organizaciones (p. 46).</p>	<p>Es una red social de mensajería instantánea que puede ser usada por múltiples sistemas operativos de smartphones (celulares inteligentes), esta aplicación fue creada y desarrollada por la empresa Silicon Valley, permite enviar y recibir mensajes, además también fotos videos, audios, diversos tipos de documentos y poder crear y tener diversos tipos de grupos.</p>	Tipos de comunicación	Comunicación interindividual	<p>Likert</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
				Difusión	
			Formas de comunicación	Descendente	
				Ascendentes	
				Horizontal	

Variables y operacionalización

CARTA DE PRESENTACIÓN

Ate 13 de abril del 2020.

Señor Dr:

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del X ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UCV, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación.


El título de mi Tesis es: **WHATSAPP Y LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA PROMART DEN SANTA CLARA, 2019** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas relacionados a la línea de investigación.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Instrumento

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Calero Gonzales, Marco Antonio

D.N.I: 72604574

CUESTIONARIO

Es muy grato presentarme ante usted, el suscrito alumno **Calero Gonzales Marco Antonio** con código de matrícula 6500078465, de la Universidad César Vallejo campus Ate con mención en Ciencias de la Comunicación, La presente encuesta forma parte de la tesis titulada **WhatsApp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara, 2019.**, el cual tiene fines exclusivamente académicos y se mantendrá absoluta reserva.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente

ESCALA AUTOVALORATIVA

Siempre	(S)	= 5
Casi Siempre	(CS)	= 4
A veces	(AV)	= 3
Casi Nunca	(CN)	= 2
Nunca	(N)	= 1

Variable Independiente: WhatsApp

Ítems / preguntas						
Variable 1: WhatsApp						
I	D1: Mensajería instantánea	Escala de Valoración				
		5	4	3	2	1
		S	CS	AV	CN	N
1	¿La comunicación móvil (WhatsApp) facilita los procesos laborales en tu trabajo?					
2	¿Tienes algún tipo de comunicación con tus compañeros fuera del ámbito laboral?					
3	¿Consideras que la comunicación del grupo WhatsApp es eficiente?					
II	D2: Interactividad					
4	¿Recibes mensajes importantes de tu jefe o de tu grupo de WhatsApp de trabajo?					
5	¿Recibes los comunicados de manera frecuente en WhatsApp?					

6	¿Te brindan retroalimentación (Feedback) en la empresa?					
7	¿Recibes mensajes de tus supervisores?					
8	¿Recibes mensajes importantes del grupo de WhatsApp de Promart?					

Variable dependiente: Comunicación interna

Ítems / preguntas						
Variable 2: Comunicación interna						
I	D1: Tipos de comunicación	Escala de Valoración				
		5	4	3	2	1
		S	CS	AV	CN	N
1	¿Conversas con tus compañeros sobre los eventos ocurridos en tienda?					
2	¿Le das mucha importancia a los mensajes laborales?					
II	D2: Formas de comunicación					
3	¿La conversación con tus jefes mediante WhatsApp es frecuente?					
4	¿Consideras que tus mensajes son atendidos?					
5	¿Tus compañeros te ayudan a cumplir tus metas impuestas por tu área de trabajo?					
6	¿El encargado de tienda les informa sobre las metas mensuales de la tienda?					

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE WHATSAPP

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Mensajería instantánea							
1	¿La comunicación móvil (WhatsApp) facilita la comunicación entre los trabajadores?	X		X		X		
2	¿La comunicación por WhatsApp te permite estar más cerca de tus compañeros?	X		X		X		
3	¿La comunicación en el grupo de WhatsApp de Promart es eficiente en tu trabajo?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Comunicación interna							
4	¿El WhatsApp te permite recibir en cualquier momento mensajes importantes de tu jefe o compañeros de trabajo?	X		X		X		
5	¿Recibes comunicados o documentos importantes del trabajo a través del WhatsApp?	X		X		X		
6	¿El WhatsApp facilita el intercambio de opiniones entre los trabajadores?	X		X		X		
7	¿Recibes mensajes de tus supervisores?	X		X		X		
8	¿Recibes mensajes importantes del grupo de WhatsApp de Promart?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: ...Luis Chávez Ramos..... **DNI: 10644237.....**

Especialidad del validador: COMUNICADOR SOCIAL

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

13 de abril del 2020.



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

Firma del Experto Informante.

Variable Dependiente: Comunicación interna

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE WHATSAPP

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Mensajería instantánea							
1	¿La comunicación móvil (WhatsApp) facilita la comunicación entre los trabajadores?	X		X		X		
2	¿La comunicación por WhatsApp te permite estar más cerca de tus compañeros?	X		x		X		
3	¿La comunicación en el grupo de WhatsApp de Promart es eficiente en tu trabajo?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Comunicación interna							
4	¿El WhatsApp te permite recibir en cualquier momento mensajes importantes de tu jefe o compañeros de trabajo?	X		X		X		
5	¿Recibes comunicados o documentos importantes del trabajo a través del WhatsApp?	X		X		X		
6	¿El WhatsApp facilita el intercambio de opiniones entre los trabajadores?	X		X		X		
7	¿Recibes mensajes de tus supervisores?	X		X		X		
8	¿Recibes mensajes importantes del grupo de WhatsApp de Promart?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: ...**Jack Navarro Chang**..... **DNI: 42389255**.....

Especialidad del validador: Comunicador social

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

13 de Abril del 2020.

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

Firma del Experto Informante.

Variable Dependiente: Comunicación interna

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE WHATSAPP

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Mensajería instantánea							
1	¿La comunicación móvil (WhatsApp) facilita la comunicación entre los trabajadores?	X		X		X		
2	¿La comunicación por WhatsApp te permite estar más cerca de tus compañeros?	X		X		X		
3	¿La comunicación en el grupo de WhatsApp de Promart es eficiente en tu trabajo?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Comunicación interna							
4	¿El WhatsApp te permite recibir en cualquier momento mensajes importantes de tu jefe o compañeros de trabajo?	X		X		X		
5	¿Recibes comunicados o documentos importantes del trabajo a través del WhatsApp?	X		X		X		
6	¿El WhatsApp facilita el intercambio de opiniones entre los trabajadores?	X		X		X		
7	¿Recibes mensajes de tus supervisores?	X		X		X		
8	¿Recibes mensajes importantes del grupo de WhatsApp de Promart?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: ...**Gregorio Martín Falconi Vallejos**..... **DNI: 06766207**.....

Especialidad del validador: Comunicador social

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

13 de abril del 2020.



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

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COMUNICACIÓN INTERNA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Tipos de comunicación							
9	¿Conversas con tus compañeros sobre los eventos ocurridos en tiendas?	X		X		X		
10	¿Le das mucha importancia a los mensajes laborales?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Formas de comunicación							
11	¿La conversación con tus jefes mediante WhatsApp es frecuente?	X		X		X		
12	¿Consideras que tus mensajes son atendidos?	X		X		X		
13	¿Se envían mensajes de WhatsApp con información de apoyo (cambios de horarios, descansos, actividades, etc.) entre compañeros?	X		X		X		
14	¿El encargado de tienda les informa sobre las metas mensuales de la tienda?	X		X		X		

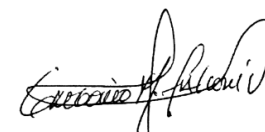
Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: ...**Gregorio Martín Falconi Vallejos**..... **DNI: 06766207**.....

Especialidad del validador:...**Comunicador social**...

13 de abril del 2020.



Firma del Experto Informante.

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

Formulario de encuestas.

CUESTIONARIO

Es muy grato presentarme ante usted, el suscrito alumno Calero Gonzales Marco Antonio con código de matrícula 6500079465, de la Universidad César Vallejo campus Are con mención en Ciencias de la Comunicación. La presente encuesta forma parte de la tesis titulada **WhatsApp** y la comunicación interna en la empresa **Promart** de Santa Clara, 2019., el cual tiene fines exclusivamente académicos y se mantendrá absoluta reserva.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:
INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente

ESCALA AUTOVALORATIVA

Siempre (S) = 5
 Casi Siempre (CS) = 4
 A veces (AV) = 3
 Casi Nunca (CN) = 2
 Nunca (N) = 1

Variable Independiente: **WhatsApp**

I		Escala de Valoración				
		S	CS	AV	CN	N
1	¿La comunicación móvil (WhatsApp) facilita la comunicación entre los trabajadores?	S				
2	¿La comunicación por WhatsApp le permite estar más cerca de tus compañeros?	CS				
3	¿Consideras que la comunicación del grupo WhatsApp es eficiente?	CS				
4	¿El WhatsApp le permite recibir en cualquier momento mensajes importantes de tu jefe o compañeros de trabajo?	S				
5	¿Recibes comunicados o documentos importantes del trabajo a través del WhatsApp ?	S				
6	¿El WhatsApp facilita el intercambio de opiniones entre los trabajadores?	S				
7	¿Recibes mensajes de tus supervisores?	CS				
8	¿Recibes mensajes importantes del grupo de WhatsApp de Promart ?	S				
9	¿Conversas con tus compañeros sobre los eventos ocurridos en tienda?	S				
10	¿Le das mucha importancia a los mensajes laborales?	CS				
11	¿La conversación con tus jefes mediante WhatsApp es frecuente?	CS				

CUESTIONARIO

Es muy grato presentarme ante usted, el suscrito alumno Calero Gonzales Marco Antonio con código de matrícula 6500079465, de la Universidad César Vallejo campus Are con mención en Ciencias de la Comunicación. La presente encuesta forma parte de la tesis titulada **WhatsApp** y la comunicación interna en la empresa **Promart** de Santa Clara, 2019., el cual tiene fines exclusivamente académicos y se mantendrá absoluta reserva.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:
INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente

ESCALA AUTOVALORATIVA

Siempre (S) = 5
 Casi Siempre (CS) = 4
 A veces (AV) = 3
 Casi Nunca (CN) = 2
 Nunca (N) = 1

Variable Independiente: **WhatsApp**

I		Escala de Valoración				
		S	CS	AV	CN	N
1	¿La comunicación móvil (WhatsApp) facilita la comunicación entre los trabajadores?	X				
2	¿La comunicación por WhatsApp le permite estar más cerca de tus compañeros?	X				
3	¿La comunicación en el grupo de WhatsApp de Promart es eficiente en tu trabajo?	X				
4	¿El WhatsApp le permite recibir en cualquier momento mensajes importantes de tu jefe o compañeros de trabajo?	X				
5	¿Recibes comunicados o documentos importantes del trabajo a través del WhatsApp ?	X				
6	¿El WhatsApp facilita el intercambio de opiniones entre los trabajadores?	X				
7	¿Recibes mensajes de tus supervisores?	X				
8	¿Recibes mensajes importantes del grupo de WhatsApp de Promart ?	X				
9	¿Conversas con tus compañeros sobre los eventos ocurridos en tienda?	X				
10	¿Le das mucha importancia a los mensajes laborales?	X				
11	¿La conversación con tus jefes mediante WhatsApp es frecuente?	X				

12	¿Consideras que tus mensajes son atendidos?	CS				
13	¿Se envían mensajes de WhatsApp con información de apoyo (cambios de horarios, descansos, actividades, etc.) entre compañeros?	S				
14	¿El encargado de tienda les informa sobre las metas mensuales de la tienda?	S				

CUESTIONARIO

Es muy grato presentarme ante usted, el suscrito alumno Calero Gonzales Marco Antonio con código de matrícula 6500079465, de la Universidad César Vallejo campus Are con mención en Ciencias de la Comunicación. La presente encuesta forma parte de la tesis titulada **WhatsApp** y la comunicación interna en la empresa **Promart** de Santa Clara, 2019., el cual tiene fines exclusivamente académicos y se mantendrá absoluta reserva.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:
INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente

ESCALA AUTOVALORATIVA

Siempre (S) = 5
 Casi Siempre (CS) = 4
 A veces (AV) = 3
 Casi Nunca (CN) = 2
 Nunca (N) = 1

Variable Independiente: **WhatsApp**

I		Escala de Valoración				
		S	CS	AV	CN	N
1	¿La comunicación móvil (WhatsApp) facilita la comunicación entre los trabajadores?	X				
2	¿La comunicación por WhatsApp le permite estar más cerca de tus compañeros?	X				
3	¿Consideras que la comunicación del grupo de WhatsApp es eficiente?	X				
4	¿El WhatsApp le permite recibir en cualquier momento mensajes importantes de tu jefe o compañeros de trabajo?	X				
5	¿Recibes comunicados o documentos importantes del trabajo a través del WhatsApp ?	X				
6	¿El WhatsApp facilita el intercambio de opiniones entre los trabajadores?	X				
7	¿Recibes mensajes de tus supervisores?	X				
8	¿Recibes mensajes importantes del grupo de WhatsApp de Promart ?	X				
9	¿Conversas con tus compañeros sobre los eventos ocurridos en tienda?	X				
10	¿Le das mucha importancia a los mensajes laborales?	X				
11	¿La conversación con tus jefes mediante WhatsApp es frecuente?	X				

CUESTIONARIO

Es muy grato presentarme ante usted, el suscrito alumno Calero Gonzales Marco Antonio con código de matrícula 6500079465, de la Universidad César Vallejo campus Are con mención en Ciencias de la Comunicación. La presente encuesta forma parte de la tesis titulada **WhatsApp** y la comunicación interna en la empresa **Promart** de Santa Clara, 2019., el cual tiene fines exclusivamente académicos y se mantendrá absoluta reserva.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:
INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente

ESCALA AUTOVALORATIVA

Siempre (S) = 5
 Casi Siempre (CS) = 4
 A veces (AV) = 3
 Casi Nunca (CN) = 2
 Nunca (N) = 1

Variable Independiente: **WhatsApp**

I		Escala de Valoración				
		S	CS	AV	CN	N
1	¿La comunicación móvil (WhatsApp) facilita la comunicación entre los trabajadores?	X				
2	¿La comunicación por WhatsApp le permite estar más cerca de tus compañeros?	X				
3	¿La comunicación en el grupo de WhatsApp de Promart es eficiente en tu trabajo?	X				
4	¿El WhatsApp le permite recibir en cualquier momento mensajes importantes de tu jefe o compañeros de trabajo?	X				
5	¿Recibes comunicados o documentos importantes del trabajo a través del WhatsApp ?	X				
6	¿El WhatsApp facilita el intercambio de opiniones entre los trabajadores?	X				
7	¿Recibes mensajes de tus supervisores?	X				
8	¿Recibes mensajes importantes del grupo de WhatsApp de Promart ?	X				
9	¿Conversas con tus compañeros sobre los eventos ocurridos en tienda?	X				
10	¿Le das mucha importancia a los mensajes laborales?	X				
11	¿La conversación con tus jefes mediante WhatsApp es frecuente?	X				
12	¿Consideras que tus mensajes son atendidos?	X				

12	¿Consideras que tus mensajes son atendidos?	X				
13	¿Se envían mensajes de WhatsApp con información de apoyo (cambios de horarios, descansos, actividades, etc.) entre compañeros?	X				
14	¿El encargado de tienda les informa sobre las metas mensuales de la tienda?	X				

13	¿Se envían mensajes de WhatsApp con información de apoyo (cambios de horarios, descansos, actividades, etc.) entre compañeros?	X				
14	¿El encargado de tienda les informa sobre las metas mensuales de la tienda?	X				

Confiabilidad.

The screenshot displays the IBM SPSS Statistics interface. The left sidebar shows a project tree with 'Resultado' expanded to show 'Fiabilidad' and its sub-items: 'Notas', 'Escala: ALL VARIABLES', 'Resumen de proces', and 'Estadísticas de fiabi'. The main window shows the output for 'Estadísticas de fiabilidad'.

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,804	8

Fiabilidad

Efectúe una doble pulsación para activar

Resumen de procesamiento de casos

Casos	Válido	N	%
	Válido ^a	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
Total		10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,900	6

Efectúe una doble pulsación para editar Título

IBM SPSS Statistics Processor está listo

Unicode:ON | H: 26, W: 1035 pt.

MATRIZ DE CONSISTENCIA (CUANTITATIVA)

Título: WHATSAPP Y COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA PROMART DE SANTA CLARA, 2019

Autor Marco Antonio Calero Gonzales

Problema	Objetos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
<p><u>Problema General</u> ¿Qué relación existe entre Whatsapp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara 2019?</p> <p><u>Problemas Específicos</u></p> <p>1 ¿Cómo se relaciona WhatsApp y los tipos de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara 2019?</p> <p>2. ¿Cómo se relaciona el WhatsApp y las formas de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara 2019?</p>	<p><u>Objetivo General</u> Determinar la relación que existe entre Whatsapp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara 2019</p> <p><u>Objetivo Específicos</u></p> <p>1 Determinar la relación que existe entre WhatsApp y los tipos de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara 2019</p> <p>2. Determinar la relación que existe entre WhatsApp y las formas de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara 2019</p>	<p><u>Hipótesis General</u> Existe relación significativa entre Whatsapp y la comunicación interna en la empresa Promart de Santa Clara 2019</p> <p><u>Hipótesis Específicos</u></p> <p>1 Existe relación directa entre WhatsApp y los tipos de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara 2019</p> <p>2. Existe relación directa entre WhatsApp y las formas de comunicación en la empresa Promart de Santa Clara 2019</p>	<p><u>Variable independiente</u></p> <p>WhatsApp</p>	<p>1 Mensajería instantánea</p> <p>1.1 Comunicación móvil</p> <p>1.2 Proximidad</p> <p>2 Interactividad</p> <p>2.1 Mensajes</p> <p>2.2 Comunicado</p> <p>2.3 Feedback</p>	<p>Cuantitativo</p> <p><u>Nivel</u> Correlacional</p> <p><u>Tipo de estudio</u> Básico No experimental</p> <p><u>Diseño de estudio</u> Descriptivo Transversal</p> <p><u>Técnica</u> Encuesta</p> <p><u>Instrumento</u> Cuestionario de calidad de información</p> <p><u>Población</u> Censal</p>
			<p><u>Variable dependiente</u></p> <p>Comunicación Interna de Promart</p>	<p>1. Tipos de Comunicación</p> <p>2.1 Comunicación interindividual</p> <p>2.2 Difusión</p> <p>2. Formas de Comunicación</p> <p>3.1 Descendente</p> <p>3.2 Ascendente</p> <p>3.3 Horizontal</p>	

Tabulación.

804.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

30 : P4 5 Visible: 18 de 18 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	Wha
1	5	4	2	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	
2	5	4	3	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	
3	5	4	2	5	4	3	5	2	5	4	4	4	4	5	
4	4	4	1	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	
5	3	4	3	4	4	5	5	4	3	3	3	2	3	1	
6	4	3	2	5	3	2	4	2	5	4	4	4	4	5	
7	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
8	4	4	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	
9	5	4	3	5	5	4	5	4	5	4	3	4	4	5	
10	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	
11	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	
12	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	
13	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	
14	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	
15	4	5	3	4	4	5	5	4	3	3	4	3	4	4	
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	
17	3	4	3	4	4	5	5	4	3	3	3	2	3	5	
18	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	
19	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	
20	4	3	3	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	
21	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
22	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
23	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4	3	
24	5	4	3	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	5	
25	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

804.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

30 : P4 5 Visible: 18 de 18 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	Wha
36	4	5	3	3	3	2	3	2	1	3	1	1	2	3	
37	2	1	4	1	1	4	5	1	3	2	1	3	1	5	
38	3	3	4	3	2	3	2	3	1	3	1	1	3	3	
39	4	5	5	4	3	3	3	1	5	3	1	5	3	5	
40	4	5	3	3	3	4	3	3	5	3	1	3	5	4	
41	4	5	5	4	3	3	3	3	1	5	3	2	4	4	
42	4	5	5	3	3	3	4	3	4	3	2	5	1	5	
43	3	4	3	4	3	5	3	2	5	1	5	3	5	5	
44	3	4	2	4	5	2	5	3	5	5	5	4	4	3	
45	3	4	5	3	3	5	2	3	3	2	5	2	3	4	
46	5	5	5	5	3	3	3	2	1	2	3	4	5	4	
47	3	2	3	5	2	4	3	1	3	4	5	2	2	4	
48	5	2	3	3	2	4	3	1	4	2	5	2	4	2	
49	5	3	4	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	
50	4	5	2	4	4	5	4	2	5	1	4	5	4	2	
51	5	1	3	5	3	4	5	5	3	1	2	3	2	3	
52	4	1	5	4	3	4	5	3	4	3	2	5	5	5	
53	3	3	5	5	1	3	5	1	5	1	1	2	3	5	
54	3	4	5	1	2	3	3	2	3	2	2	1	1	1	
55	5	4	5	5	5	4	5	1	4	4	1	4	1	3	
56	4	3	5	4	2	3	4	3	1	4	1	1	4	2	
57	3	3	2	4	5	2	2	1	1	2	4	3	2	4	
58	2	3	2	4	1	2	5	2	5	1	1	4	3	2	
59	3	3	4	4	3	4	2	3	3	4	1	1	4	3	
60	5	4	4	3	5	5	2	1	5	4	1	5	5	4	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON