



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Estudio Comparativo de la Comunicación Interna entre la Empresa
Corsaa S.A.C. y WYM S.R.L. SJL 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORES:

Br. Abanto Bueno Mabel (ORCID: 0000-0002-1585-9710)

Br. Hurtado Cosme Miriam (ORCID: 0000-0001-6735-5728)

ASESOR:

Dr. Illa Sihuincha Godofredo Pastor (ORCID: 0000-0002-2532-3194)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2019

DEDICATORIA

A mis padres Miriam y Rodrigo, por apoyarme de forma incondicional hasta el término de mi carrera profesional, por ser mi motivo y ejemplo a seguir en todo momento, a mi hermana Priscila, quien me brindo siempre su apoyo moral y amor incondicional.

Hurtado Cosme, Miriam

La presente investigación está dedicada a Dios por ser mi fortaleza en el transcurso de mi carrera, a mis padres y hermano quienes me apoyaron en todo momento por ser mi soporte fundamental de todo lo que soy y ser mi motor para luchar por mis sueños.

Abanto Bueno Mabel

AGRADECIMIENTO

Ante todo agradecer a Dios por la vida y por darme unos padres maravillosos quienes me apoyaron y creyeron en mí en todo momento, a la institución Educativa por sus enseñanzas, al Dr. Godofredo Pastor Illa Sihuincha quien supo asesorarnos a lo largo de la elaboración de la presente investigación, al Mg. Luis Alberto Flores Bolívar por sus enseñanzas y paciencia en mi formación como profesional.

Hurtado Cosme, Miriam

Agradezco a Dios por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida, de igual manera agradezco a mis padres y a quienes me apoyaron a lo largo de este camino. A mis docentes y asesores por sus enseñanzas, en especial al Dr. Godofredo Pastor Illa Sihuincha quien a lo largo de la elaboración de mi tesis me guio con profesionalidad, paciencia y disposición.

Abanto Bueno Mabel

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de la investigación	14
3.2. Operacionalización de Variables	15
3.3. Población, muestra, muestreo	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
3.5. Procedimientos	19
3.6. Método de análisis de datos	19
3.7. Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS	20
V. DISCUSIÓN	29
VI. CONCLUSIONES	33
VII. RECOMENDACIONES	35
REFERENCIAS	37
ANEXOS	41

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1: Operacionalización de Variable Comunicación Interna	16
Tabla 2: Validación de expertos de la variable comunicación interna	18
Tabla 3: Validación basada en el contenido a través de la V de Aiken	18
Tabla 4: Fiabilidad de la variable comunicación interna	18
Tabla 5: Rangos de los coeficientes de Confiabilidad: Alfa de Cronbach	18
Tabla 6: Estadística descriptiva de la variable comunicación interna	20
Tabla 7: Estadística descriptiva de la dimensión diversidad de canales	21
Tabla 8: Estadística descriptiva de la dimensión comunicación en cascada	22
Tabla 9: Estadística descriptiva de la dimensión distorsiones de la Comunicación	23
Tabla 10: Prueba de normalidad para la variable comunicación interna y sus Dimensiones	24
Tabla 11: Prueba de comparación de los porcentajes para la variable Comunicación interna	25
Tabla 12: Prueba de comparación de los porcentajes para la dimensión Diversidad de canales	26
Tabla 13: Prueba de comparación de los porcentajes para la dimensión comunicaciones en cascada	27
Tabla 14: Prueba de comparación de los porcentajes para la dimensión Distorsiones de la comunicación	28

Índice de figuras

Figura 1. Distribución de frecuencias de la variable comunicación interna	20
Figura 2. Distribución de frecuencias de la dimensión Diversidad de canales	21
Figura 3. Distribución de frecuencias de la dimensión comunicación en Cascada	22
Figura 4. Distribución de frecuencias de la dimensión distorsiones De la comunicación	23

Resumen

La presente investigación planteo como objetivo determinar la diferencia de la comunicación interna en las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019. Para lograr dicho propósito se utilizó las teorías propuestas por Berceruelo sobre la comunicación interna. La población del estudio fue censal, conformada por 70 colaboradores entre ambas empresas, es decir se ha tomado el total de la población bajo criterios de exclusión e inclusión. Finalmente, donde se empleó la estadística descriptiva accediendo a obtener las tablas de frecuencia, según lo planteado en los objetivos de la investigación. Se contrasto la hipótesis mediante el análisis estadístico prueba U de Mann-Whitney, la cual concluyo que se acepta la hipótesis alterna, confirmando que efectivamente si existe diferencia entre las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, se obtuvo que el estadístico estandarizado Z es -6,621 y su probabilidad es $p= 0,00 < 0.05$, obtenido en la variable comunicación interna, con un nivel de significancia del 5%.

Palabras clave: comunicación interna, diversidad de canales, comunicación en cascada, distorsiones de la comunicación.

Abstract

This research aimed to determine the difference in internal communication in the companies Corsaa S.A.C. and W&M S.R.L, SJL, 2019. To achieve this purpose, the theories proposed by Berceruelo on internal communication were used. The study population was census, made up of 70 collaborators between both companies, that is, the total population has been taken under exclusion and inclusion criteria. Finally, where descriptive statistics were used by accessing the frequency tables, as stated in the research objectives. The hypothesis was contrasted by means of the Mann-Whitney U test statistical analysis, which concluded that the alternative hypothesis is accepted, confirming that indeed there is a difference between the companies Corsaa S.A.C. and W&M S.R.L, it was obtained that the standardized statistic Z is -6.621 and its probability is $p = 0.00 < 0.05$, obtained in the internal communication variable, with a significance level of 5%.

Keywords: internal communication, channel diversity, cascade communication, communication distortions.

I. INTRODUCCIÓN

La realidad problemática de las empresas Corsaa y W&M es la comunicación interna, dentro de una organización esto se ha convertido en un punto muy importante, considerando que este problema involucra al equipo humano quienes son pieza fundamental dentro de toda organización. La comunicación para una empresa es una forma de conseguir sus objetivos ya que si se establece una buena comunicación en adelante podrían convertirse en valores dentro de la organización (Timoteo, 2013). Las empresas siempre deben considerar el implementar una estrategia de cómo mantener una buena comunicación ya que es esta finalmente quien determinara el éxito o fracaso de la empresa. Por tanto la comunicación interna es de vital importancia ya que ayuda a cumplir objetivos en las empresas, además que contribuye a mejorar los vínculos interpersonales (Celis y García, 2014). La comunicación a través de los años ha jugado un papel muy importante, ya que contribuye de manera significativa para que los directivos de una empresa puedan tomar decisiones asertivas. Las empresas deberían sentirse en la obligación de incluir la cultura digital dentro de sus planes estratégicos de comunicación para agilizar procesos y de esta forma lograra una mayor eficiencia (Puebla & Farfan, 2018).

A nivel Internacional, el implementar estrategias de comunicación dentro de una organización se ha convertido en un aspecto fundamental para conseguir el éxito de toda empresa. Peña - Caldevilla & Batalla (2017) tal como mencionan los autores el implementar hoy en día estrategias de comunicación interna son de suma importancia ya que involucra principalmente al equipo humano quienes son finalmente de quien depende el éxito de una empresa considerando que son ellos quienes nos brindan la rentabilidad gracias a su compromiso y dedicación que si bien es cierto son remuneradas pero que eso no asegura la entrega que ellos puedan ponerle en la atención brindada a nuestro público. Así mismo, la diversidad de canales están siendo utilizados con mayor frecuencia por los gerentes de las organizaciones, con el fin de comprometerse más con los empleados (Maier & Andersen, 2017). Por otro lado, Si en una empresa se ejerce bien la comunicación puede causar un efecto favorable para motivar a los empleados pero si fuese en un aspecto inverso los resultados no serían favorables para la empresa ya que puede

causar un efecto contrario al de la motivación (Begoña, 2015), lo cual quiere decir que establecer una buena y adecuada comunicación dentro de la organización puede ser favorable para la empresa en el punto en el que se desarrollaría mejor los deberes delegados a cada miembro de la organización, también se hace mención que si no se establece una comunicación adecuada se asume el riesgo que la información se disperse o se interprete de otra manera generando conflictos en el entorno laboral. Ante la globalización y abundante competitividad que se está viviendo en el País es necesario implementar una estrategia que nos permita seguir compitiendo en el mercado y que nos lleve al éxito y esa es la comunicación con nuestro público objetivo (Marín, 2015). Dentro de este contexto, las organizaciones actualmente consideran al equipo humano como eje principal para crear y dar rentabilidad a la empresa motivo por el cual se enfocan más en el capital humano tal como se menciona en el periódico, una buena comunicación debe contribuir a que el equipo logre comprender con respecto a la importancia de este mismo. Puesto a que si un trabajador se siente parte de la empresa hará suyos las metas de esta misma (Cinco Dias, 2014). Se debe comunicar al público con claridad una buena información para evitar cualquier confusión y esto genere un mal prestigio a la organización (Romero, San Román & La ceja, 2018). Con lo antes mencionado se evidencia que las empresas están optando por invertir en su equipo humano ya que los beneficios a cambio son tan relevantes como lo es el compromiso que pueda tener el colaborador con la empresa a tal grado de hacer suyos los objetivos empresariales.

A nivel nacional, la falta de cultura empresarial que abunda en nuestro País se evidencia en los diversos negocios que solo piensan en ganancias cuando lo que en realidad importa es el compromiso que llegue a tener el personal con la empresa para que así puedan identificarse con la empresa y generar rentabilidad y no solo ganancias. Por ello En toda empresa siempre debe haber buenas relaciones entre el equipo humano ya que esto contribuirá a la eficacia y rentabilidad de la empresa (Costa, 2015). Las empresas que tienen una mejor comunicación interna son porque le dan prioridad a la escucha activa de sus empleados es decir se preocupan también en no solo dar órdenes sino también en escuchar las molestias que puedan tener es por ello que tienen una mejor comunicación interna (Tessi, 2013). Las empresas no deberían solo dar órdenes sino también aprender a

escuchar a su equipo humano ya que ellos se sentirán como parte de la organización y así mejoraría la comunicación dentro de esta misma. A nivel local, el problema se presenta en la empresa Corsaa y en la empresa W&M ambas están ubicadas en Jirón Río Santa Fe – SJL. Ambas son empresas dedicadas al rubro de la edificación de viviendas, las cuales trabajan conjuntamente con entidades del estado, Las labores principales de la empresa W&M son acompañar durante todo el tiempo que demore el trámite para que concluya con la obtención de un bono familiar para los beneficiarios y de esta forma poder construirles su vivienda, la empresa al contar con varios distritos en los que trabaja cuenta con trabajadores en diversos departamentos del País, por lo general estas personas ubicadas en cada departamento envían la información hacia la sede principal que está ubicada en Lima y en muchas ocasiones la información que llega de provincia se distorsiona al llegar a Lima. Mientras que en la empresa Corsaa se puede visualizar una mejor comunicación, ya que cuando llega la información de cada una de las provincias esta entra a través de canales formales que manejan los directivos de la constructora y ellos a su vez informan de manera adecuada a la persona encargada de difundir dicha información clara y oportuna a todo el equipo de trabajo quienes se encargan de los proyectos de cada una de las personas. En ocasiones la falta de comunicación se debe a la diferencia cultural que existe en la organización es decir que la comunicación interpersonal es fundamental para mejorar las relaciones entre los colaboradores, ya que de acuerdo a esto las personas con las que se interactúa podrán ayudar a cubrir necesidades (García, 2011). Comprometerse con la entidad en la cual se trabaja no solo depende de la información que transmiten los jefes, sino que también influye de manera relevante el tipo de comunicación que se tiene con cada uno de los compañeros de trabajo, así como también la forma la que se ayudan y trabajan en equipo por una meta en común.

De la situación mencionada anteriormente de la empresa W&M, sale a relucir la falta de organización que existe, puesto que no hay un método o estrategia que evite la divulgación de una información deficiente, ya que muchas veces esta se distorsiona ocasionando que el colaborador realice mal sus labores por una mala información, lo cual es preocupante ya que puede llevar al colaborador a que no rinda bien en su trabajo y le ocasione estrés que más adelante pueda llevar a

rotación de personal e incumplimiento de metas. Y esto ocurre porque hoy en día las empresas no tienen en cuenta que un plan de comunicación aporta significativamente a cumplir las metas trazadas y a la vez mejorar el control organizacional (Fernández, 2014). Es imprescindible que las empresas tengan un plan de comunicación para tener una mejora continua en los diferentes procesos organizacionales es por ello que se debe considerar cuatro factores los cuales son información, integridad, identidad e imagen, contribuirán a lograr el éxito en la organización.

Finalmente, ya expuesta la problemática se plantea realizar una investigación descriptiva que mide la variable de comunicación interna en las empresas Corsaa y W&M para analizar la diferencia que existe entre ambas, se utilizara el cuestionario como instrumento para recolectar datos de la variable en las empresas. De esta forma se podrá comparar si se tiene o no una adecuada comunicación dentro de la organización de estas dos empresas.

II. MARCO TEÓRICO

Con respecto a los trabajos previos a nivel internacional Hernández (2013) cuyo título es *Plan de comunicación organizacional para industrias Garsam, S.A. de C.V.* Tiene como objetivo presentar un plan de comunicación integral para la industria Garsam S.A. La teoría que empleo para su investigación fue de Gerald y Horacio para que de esta forma pueda ser implementada en la industria Garsam. En referencia a la metodología es Descriptiva Simple, debido a que tiene por objetivo Elaborar mensajes escritos con el lenguaje claro en la difusión de información, el instrumento que se empleó para recolectar los datos fue un cuestionario, la población fue de 20 empleados al ser una población tan pequeña se utilizó al total de la población como muestra. Finalmente se pudo concluir, que la empresa no posee una identidad conceptual definida lo cual ha repercutido en la pertenencia de sus empleados y en el quehacer de la organización.

Este antecedente ofreció como aporte sus resultados ya que fueron aplicados dentro de la empresa y tuvo como resultado que la directiva se interese en el plan de comunicación planteado por la investigadora y de esta forma poder mejorar las relaciones laborales que serán un beneficio a largo plazo ya que tomará tiempo para finalmente poder ver los resultados.

Mercado (2014) en su tesis titulada *Diagnóstico de la comunicación interna en la empresa RED.* El objetivo de esta investigación fue elaborar un diagnóstico de la comunicación interna en la empresa Red Procesal a la luz de teorías y conceptos administrativos contemporáneos, para identificar oportunidades para una propuesta de mejora. Las teorías que se emplearon fueron la teoría de las relaciones humanas desarrollada por Elton Mayo en 1930, En relación a su metodología es cualitativo, de tipo descriptivo, puesto que buscó identificar problemas específicos de comunicación interna y con base a este análisis determinar una estrategia 31 aplicable a la situación actual. Esta tesis concluye que El desarrollo de estrategias comunicativas formales y organizadas es fundamental para la buena organización al interior de la empresa notificadora judicial Red Procesal.

Esta investigación ofreció como aporte a uno de sus teóricos principales Elton Mayo con su teoría de las relaciones humanas, aportó de manera significativa ya que es reconocido por ser un especialista en las teorías de las organizaciones.

Trani (2015) en su tesis titulada *La comunicación interna Una herramienta al servicio de las organizaciones*. Se planteó como objetivo evidenciar la evolución que ha tenido la Comunicación Interna en las organizaciones, tanto en las herramientas utilizadas como en el papel que la propia comunicación interna ha desempeñado en las organizaciones. Como teórico principal tuvo a Paul Watzlawick quien habla acerca de la comunicación interna dentro de las organizaciones. En relación a la metodología es cualitativo, de tipo descriptivo. Esta tesis concluye que con el crecimiento de las organizaciones, y la profesionalización de las mismas, la comunicación interna pasó de jugar un papel informativo a convertirse en una herramienta clave en la estrategia y consecución de los objetivos de las organizaciones.

Esta investigación ofreció como aporte sus resultados dado que mediante ello es posible determinar que la comunicación ha ido cambiando con el pasar del tiempo llegando a ser una pieza clave para la organización.

En el contexto Nacional, Dominga (2018) con la elaboración del *Estudio comparativo de la comunicación organizacional en docentes de I.E. Red N°26, UGEL 01 San Juan de Miraflores – 2017*. Se planteó como objetivo Determinar las diferencias en la comunicación organizacional en docentes de instituciones educativas públicas de la Red N°26, UGEL 01 San Juan de Miraflores. Por ello fue que acudió a la teoría de León y Mejía referente a la variable Comunicación Organizacional. La metodología de la investigación fue hipotético deductivo, de diseño no experimental, de nivel descriptivo comparativo su población fue de 130 docentes y la muestra fue de 98 a quienes se le aplicó el cuestionario de comunicación organizacional. Los datos recolectados pasaron por una validación de fiabilidad del programa SPSS 22. Finalmente se obtuvo ,896 de fiabilidad en el alfa de cronbach.

Este antecedente fue de gran aporte para la presente investigación ya que los resultados demuestran que la falta de comunicación se puede dar por

diversas condiciones como son por sexo, por tiempo de permanencia, por nivel pedagógico y condición laboral.

Vega (2016) en su tesis que lleva por título *Factores Estratégicos de la comunicación Organizacional en la Municipalidad Distrital de Quiruvilca, 2016*. Quien planteó como objetivo Identificar los Factores Estratégicos de la Comunicación Organizacional en el logro de objetivos de la Municipalidad Distrital de Quiruvilca, en el año 2016. Para alcanzar su propósito considero a Fernández (2009) como autor principal para la variable comunicación organizacional. La metodología de la investigación fue no experimental transversal, de nivel descriptivo y consideró como población a 60 colaboradores que laboran en la municipalidad para cual se aplicó el cuestionario de factores estratégicos de la comunicación organizacional. Los datos fueron procesados a través del programa SPSS 22. Finalmente se llegó a la conclusión que se identificaron los factores estratégicos de la comunicación organizacional en el logro de los objetivos de la Municipalidad Distrital de Quiruvilca.

Se consideró que esta tesis es de gran aporte ya que con la ayuda de sus resultados se llegaron a descubrir los factores para la estrategia de una comunicación interna.

Siccha (2016). En su investigación que lleva por título *La comunicación organizacional interna en la Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera – Trujillo, La Libertad .Año 2016*. Se planteó como objetivo general Determinar la percepción de los colaboradores respecto a la comunicación organizacional interna en la Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera – Trujillo, La Libertad. 2016. La teoría que consideró como gran aporte para esta investigación fue la de Andrade para la variable Comunicación organizacional interna. El método que se utilizó fue no experimental, de nivel descriptivo para cual tomó como población a 488 colaboradores de la Municipalidad y se tomó como muestra a 216 de ellos, a quienes se les aplicó el cuestionario de la comunicación organizacional interna. Los datos que se obtuvieron fueron procesados bajo el programa SPSS 22. La prueba piloto fue aplicada con un total de 30 colaboradores obteniendo un 0.95 de confiabilidad en el Alfa de Crombach.

El aporte de esta investigación fue que la problemática tiene cierto grado de similitud a nuestro trabajo de investigación, la diferencia es que el autor nos menciona que por la falta de comunicación también conlleva a otras consecuencias como una mala gestión de inventarios y falta de coordinación.

Las teorías que se relacionan con el tema para el trabajo constan de 4 autores que serán los teóricos principales en adelante, nuestra variable es la comunicación interna. En muchas ocasiones el problema de la propagación de mala información proviene por la distorsión de la información esto ocurre en muchas empresas que recién empiezan a surgir, pero que en este trayecto de crecimiento no cuenta con una organización y es por ello que se recurre a utilizar los canales informales para el intercambio de información.

Berceruelo, (2011) menciona que el entorno en una empresa es cambiante es por ello que desarrollar y mejorar la comunicación interna es esencial para consolidar la unión de sus empleados y así mismo motivarlos dentro de la organización. Una estrategia de comunicación interna también puede consistir en saber escuchar aportes por parte de los colaboradores y eso es algo en la que muchas empresas fracasan y es que solo piensan en imponer reglas y funciones, pero por no están disponibles a escuchar a sus colaboradores (Belategi, Gago & Egaña, 2019). Las organizaciones deben entender que hoy en día no solo se cuida al cliente externo quienes son los clientes consumidores, sino que el cliente interno quienes son los colaboradores merecen la misma importancia ya que la percepción de ellos determinara el grado de compromiso que sientan con la organización (Moraes & Raguene, 2015). Para Berceruelo las dimensiones son:

Dimensión *diversidad de canales*, ocurre mediante canales formales e informales que sirven para corregir o complementar ciertos aspectos deficientes en la organización. En una organización es importante que los trabajadores se integren como equipo, ya que con ello se puede mejorar la diversidad de canales, de manera que la información que se transmita se desarrolle de manera práctica (Suh & Lee, 2016). En los últimos años la era digital ha revolucionado los canales internos de la comunicación, ayudando a una mejor transmisión de la información, fomentando el trabajo en equipo (Ingelmo, Navarro & Sanz, 2018). La comunicación interna ayuda a cumplir mejor las actividades de trabajo es por ello que es relevante la diversidad de canales por los cuales se maneja la información (King & Lee, 2016).

Dimensión *comunicación en cascada*, hace referencia a la comunicación que se da en un nivel jerárquico comenzando por los gerentes hasta llegar a la planta baja quienes son los obreros. Es decir cuando la información se transmite principalmente por los directivos de cada área ya sea por algún intermediario como los correos electrónicos, llamadas, entre otros o también se puede dar de manera directa mediante reuniones (Pipas & Sîrbu, 2015). Actualmente para mejorar la comunicación se debe implementar estrategias que ayuden a la retroalimentación de la organización (Gottfried, DeLancey & Hardin, 2015). El compromiso de los empleados es un factor clave para la comunicación organizacional y que puede ser crucial para éxito de la organización (Nor Farah, Johari & Adnan, 2018). Para lograr el compromiso de la organización se opta por el uso de la intranet para brindar capacitaciones constantes e información actualizada (Gray, 2016).

Dimensión *distorsiones de la comunicación*, estas se dan por los canales informales en los cuales no se maneja una buena información ya sea por diferencias culturales, estrés o también por la acumulación o sobrecarga de la información. El colaborador tiene que sentirse seguro de poder manifestar sus ideas sin temor a que la empresa tome alguna represalia contra lo expresado por el colaborador y en muchas ocasiones la comunicación interna se ve afectada por la misma razón de que no pueden expresar sus ideas libremente (Madsen, 2018). Es relevante la influencia significativa de la diversidad cultural en la comunicación, ya que al momento de transmitir la información es importante saber si están comprendiendo la información que se les brinda, es por ello la necesidad que la comunicación se adapte de acuerdo a la cultura de cada individuo (Ravazzani, 2016).

Un comunicador organizacional muchas veces no se le entiende lo que transmite ya que brinda toda la información pero no se preocupa en saber si es la información que necesitan o no (Andrade, 2015). La transmisión de la información se da mediante un proceso comunicativo que empieza por las gerencias de cada área, las cuales son las responsables de comunicar al resto de la organización (López & Bustamante, 2016). Toda organización se debe concientizar a todas las áreas de las empresas sobre la importancia de la comunicación interna, cultura organizacional y escucha a los empleados (Strandberg & Vigsø, 2016). Andrade, preciso las siguientes dimensiones:

Dimensión *la comunicación interna y externa*, hace referencia a los mensajes que se interceptan dentro y fuera de la organización que repercuten en la relación de compañeros de trabajo, así como también la información que se brinda a diferentes públicos externos. Dimensión *comunicación vertical, horizontal y diagonal*, se da de manera jerárquica, mientras que la horizontal se da en los mismos niveles, por otro lado la diagonal es la interacción entre distintos niveles y áreas de la organización. Dimensión *comunicación formal – Informal*, es la que proviene a través de canales oficiales de la organización, mientras que la informal se da a través de redes no formales en la empresa. Dimensión *comunicación Interpersonal - Intragrupal - Intergrupala e institucional*, se da cuando involucra a 2 o más personas dentro de la organización. Dimensión *la comunicación verbal - No verbal*, se da de forma oral o escrita, mientras que la no verbal a través de gestos o actitudes en la organización.

Según Favaro, (2012) indicó que la comunicación organizacional en un grupo o en un organismo es pieza de la consolidación y crecimiento institucional y se precisa especialmente en las actividades comunicativas que comienza de los enlaces y vínculos en la institución y se planifica desarrollando la destreza y transparencia de la organización y su labor. La comunicación es una disciplina que ayuda a la toma de decisiones en toda organización, es por ello que se ha convertido en uno de los pilares de las tareas colaborativas (Apolo, Báez, Pauker & Pasquel, 2017). Para el prestigio de una organización es necesario cuidar las acciones comunicativas ante cualquier problema que represente un amenaza (Vázquez, García, & Pineda, 2019). La comunicación interna ayuda a alcanzar altos niveles de competitividad y con ello logra tener gran participación en el mercado (Zur & Walega, 2015). Las dimensiones para Favaro son:

Dimensión *comunicación formal*, la implementación de este tipo de comunicación toma un poco más de tiempo que las informales por lo mismo que existen normas a seguir. Dimensión *comunicación informal*, es más rápida que la formal debido a que se da por canales no oficiales. Dimensión *comunicación vertical*, se genera de manera descendente desde las directivas de la organización. Dimensión *comunicación horizontal*, es la circulación de información en un mismo

nivel que se opera de manera informal. Dimensión *el rumor*, es la distorsión de la información que se genera por la falta de información o información incompleta.

En este aspecto enunciaron que la comunicación siempre ha estado firmemente adherida a la actividad empresarial. Todas las empresas comprendidas como la asociación de esfuerzos en favor de un beneficio en común, han sido establecidas sobre el principio de la comunicación, que se presenta como pieza integradora de cualquier función natural (Arizcuren, Cabezas, Cañeque, Casado, Fernández, Lacasta, Martín, Menchaca, Nuñez, Sánchez, Soria y Vilcario, 2008). Es relevante que la información no solo sea transmitida de forma eficiente, sino que también se debe tener en cuenta si el receptor comprende la información (Sárka, 2014). A pesar que la comunicación interna se ha convertido en uno de los factores más importantes de las organizaciones aun no existen suficientes estudios que puedan desarrollar nuevos enfoques en la actual era digital (Welch, 2015). Para estos autores se consideraron las siguientes dimensiones:

Dimensión *comunicación formal*, se considera a aquellas informaciones previamente diseñadas y estructuradas que se pueden clasificar de varias formas como lo son de descendente, ascendente, horizontal y transversal. Dimensión *comunicación informal*, el autor plantea que si en una organización se practica más la comunicación informal es porque está ocurriendo un problema dentro de la empresa, ya que si los trabajadores prefieren la comunicación informal es porque no están satisfechos con la información formal porque muchas veces no es clara y precisa.

En base a la realidad propuesta se presentaron los siguientes problemas de investigación: El problema en general para la presente investigación sería en determinar ¿Qué diferencia existe entre la comunicación interna de la empresa Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019?, por otro lado se han considerado tres objetivos específicos basándonos en las 3 dimensiones que tiene el autor las cuales son: ¿Qué diferencia existe entre la diversidad de canales en la comunicación interna de las empresas?, ¿Qué diferencia existe entre la comunicación en cascada en la comunicación interna de las empresas? y ¿Qué diferencia existe entre las distorsiones de la comunicación en la comunicación interna de las empresas?

La justificación teórica para el presente estudio titulado El estudio comparativo de la comunicación interna entre la empresa Corsaa SAC. Y W&M S.R.L. SJL, 2019. A través de los resultados que se obtengan se pretende reforzar y comprobar la teoría de Berceuelo en el aspecto en que la comunicación es de gran importancia dentro de una organización, ya que sin ella la empresa que no aplique ni considere la comunicación interna como un punto importante, estaría destinada al fracaso. La justificación práctica para esta investigación fue de gran aporte para los trabajadores y la gerencia de ambas empresas las cuales son análisis de estudio, debido a que se les mostrará la importancia de considerar y ver la manera de crear estrategias que hagan frente al problema expuesto en la presente investigación, y una vez que se tome conciencia del problema se pondrá en práctica dentro de la entidad para así descartar ese cuello de botella detectado que impide el desarrollo de una mejor organización.

La justificación social para la presente investigación sirvió de gran aporte, ya que se está tocando el tema de la comunicación interna que muchas veces no son considerados en las empresas, justamente por no haber estudiado este problema como tal, por lo cual a través de los resultados se está dejando un precedente del problema detectado y tratado en la presente investigación es muy grave sino se llega a tomar acciones en el momento, incluso puede ser motivo de declive de la empresa.

La justificación metodológica para este trabajo fue descriptivo, respecto a esto las investigaciones descriptivas buscan establecer las características y los rasgos de los individuos, asociaciones, agrupaciones, fases, objetivos o cualquier otro hecho que se someta a un estudio (Hernandez, 2010). Es decir se basa especialmente en recoger y describir la información que se recolectó con la finalidad de medir las variables en estudio, todo ello es mostrado a través de un análisis. Así mismo tiene un enfoque cuantitativo Bernal (2010) lo define de esta manera la investigación cuantitativa comienza a partir de elementos teóricos aprobados por la sociedad investigadora. Este procedimiento ayuda a poder calcular las variables y así poder llegar a confirmar ciertas teorías o hipótesis desarrolladas mediante el cual la información se examina por medio de encuestas para propagar conocimiento válido y confiable.

Se consideró como hipótesis general que efectivamente si existe diferencia entre La comunicación interna en las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019, en cuanto a las hipótesis específicas considerando que se está trabajando con 3 dimensiones serán: Existe diferencia entre la diversidad de canales en la comunicación interna de las empresas., Existe diferencia entre la comunicación en cascada en la comunicación interna de las empresas., Existe diferencia entre las distorsiones de la comunicación en la comunicación interna de las empresas.

Por tanto, se planteó como objetivo general, determinar la diferencia de la comunicación interna en las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019, y como objetivos específicos se consideraron: Determinar la diferencia de la diversidad de canales en la comunicación interna de las empresas, Determinar la diferencia de la comunicación en cascada en la comunicación interna de las empresas, y, Determinar la diferencia de las distorsiones en la comunicación interna de las empresas.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

Diseño

El estudio no experimental es cuando se examina, estudia o analiza las circunstancias de las variables sin manipularlas que se dan en un entorno habitual para luego estudiarlo consecuentemente (Hernández, Fernando y Baptista, 2014).

De acuerdo a lo antes citado, en este estudio de investigación no se realizó ningún tipo de manipulación en la variable comunicación interna, solo se mostraron y analizaron los resultados que se obtuvieron.

Por tanto, este estudio es de corte transversal, dado que se recaudó la información en una sola oportunidad, en un periodo único. El cual tuvo como finalidad especificar, detallar variables y estudiar su incidencia en una circunstancia dada.

Tipo

Las investigaciones aplicadas tienen hincapié en dar solución a los problemas que ya están establecidos y ya son conocidos por el investigador del estudio, además que se caracteriza por las teorías previas que se maneja y por lo cual se obtendrán resultados y se le dará solución a los mismos (Valderrama 2013).

El presente estudio es de tipo aplicada, dado que se quiere dar a conocer cómo se encuentran las empresas en estos momentos y con ello se pretende dar soluciones a los problemas identificados.

Nivel

La presente investigación es de nivel descriptivo, ya que con las investigaciones descriptivas se pretende determinar las propiedades, las características y particularidades de hechos, personas, todo ello para explicar y dar a conocer a través de los resultados que se obtenga de dicha investigación (Hernández et al., 2014).

La investigación es de nivel descriptiva comparativa, debido a que se detallan las características, atributos y se busca determinar la diferencia de la comunicación interna en las empresas Corsaa S.A.C y W&M S.R.L.

Enfoque

El enfoque es cuantitativo, ya que aplica la recopilación de datos para evidenciar y comprobar la hipótesis con origen en el cálculo numérico y estudio estadístico, con el propósito de imponer normas de conducta y certificar teorías (Hernández et al., 2014)

Por tal motivo esta investigación tiene una dirección cuantitativa, ya que se empleó la encuesta como medio de recolección de datos.

3.2. Operacionalización de variables

La operacionalización es la separación de la variable en expresiones denominado indicadores que logran ser calculados con el uso de los ítems y escalas (Hernández, 2014)

Tabla 1

Operacionalización de Variable Comunicación Interna

Título	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	N° de items	Escala	Tipo de escala
"Estudio Comparativo De La Comunicación Interna Entre La Empresa Corsaa S.A.C. y WYM S.R.L. SJL, 2019"	Comunicación Interna	La comunicación interna para Berceruelo (2011) Indica que la Comunicación Interna responde a la necesidad específica de las empresas de motivar e integrar a sus empleados en un entorno empresarial que a veces es cambiante (p. 31).	En base a la comunicación interna esta sera evaluada por sus dimensiones. Por lo cual se tomarán los indicadores para elaborar el cuestionario en la cual nuestra escala sera tipo Likert, para luego basandonos en las respuestas analizarlas bajo el programa SPSS.	1. DIVERSIDAD DE CANALES	FORMALES	1,2	Escala de Likert	Ordinal
					INFORMAL	3,4		
					RUMORES	5,6		
					CAPACITACION	7,8		
					COMUNICACIÓN NO VERBAL	9		
					COMPROMISO	10,11		
					OMISION DE DATOS	12,13		
					INFORMACION CLARA	14,15		
					INTERPRETACION INCORRECTA	16,17		
				2. COMUNICACIÓN ENCASCADA	ESCUCHA DE IDEAS	18,19		
				RETROALIMENTACION OPORTUNA	20,21			
				ESTADO DE ANIMO	22			
				INFORMACION OPORTUNA	23,24			
				3. DISTORSIONES DE LA COMUNICACIÓN	COMODIDAD	25,26		
				PRIVACIDAD	27,28			
DIFERENCIA CULTURAL	29,30							

3.3. Población, Muestra y muestreo

La población que se estimó para el presente estudio estuvo constituida por todos los colaboradores de las constructoras Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L. lo que hace un total de 70 trabajadores entre ambas empresas.

La muestra es una proporción de la cantidad total de la población que se elige para luego describir y analizarla (Niño, 2011).

Considerando que la población es parcialmente pequeña se determinó un muestreo censal, ya que todos los individuos fueron seleccionados para la muestra, es decir se trabajó con toda la población de las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, ya que en cada una hay un total de 35 colaboradores.

Criterios de inclusión.

- Trabajadores de ambos sexos.
- Trabajadores mayores a los 25 años de edad.
- Trabajadores que estén laborando más de 3 meses en las empresas Corsaa y W&M.

Criterios de exclusión.

- Trabajadores menores a los 25 años de edad.
- Trabajadores que estén laborando menos de 3 meses en las empresas Corsaa y W&M.
- Trabajadores que no deseen participar en la encuesta.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

La técnica. Que se utilizó para el presente trabajo del Estudio comparativo de la comunicación interna entre la empresa Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L. es la encuesta para poder dar a conocer la percepción de cada uno de los colaboradores de ambas empresas destacando dimensiones o hechos específicos.

Para medir un instrumento se debe abarcar todos los items de cada una de las variables (Hernández et al., 2014).

El instrumento. Al que se recurrió para recopilar información ha sido el cuestionario en el cual se elaboraron 30 preguntas de la variable comunicación interna, con el fin de encontrar datos necesarios para determinar las diferencias que existen entre las constructoras Corsaa y W&M.

Validez.

La validez determina el grado en el que un instrumento mide o comprueba las variables en estudio (Hernández et al., 2014).

Tabla 2

Validación de expertos de la variable comunicación interna

N°	Validador	Instrumento
1	Luis Flores Bolívar	85 %
2	Ricardo Ruiz Villavicencio	90 %
3	Juana Balvina Huaman Roncal	80 %
Promedio		85 %

Así mismo, el instrumento de recolección de datos de esta investigación fue validado a través de criterios de experto donde los profesores, especialistas en investigación son los que validaron el contenido del instrumento a emplear.

Confiabilidad.

Tabla 4

Fiabilidad de la variable comunicación interna con el test Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.825	30

La confiabilidad se da a través de los resultados del instrumento que se empleó para medir los datos de la investigación y esta a su vez debe estar a la par con la validez (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).

Tabla 5

Rangos de los coeficientes de Confiabilidad: Alfa de Cronbach

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

Nota: Hernández, Fernández y Baptista (2010)

3.5. Procedimiento

Para la presente investigación se estableció un procedimiento, en el cual se recolectó información a través de libros, revistas, trabajos previos, entre otros, teniendo en cuenta la variable, se encontró una problemática y se plasmó objetivos, a través de un muestreo censal se seleccionó a toda la población de las empresas Corsaa y W&M el cual estuvo conformada por 70 colaboradores a los cuales se les aplicó una encuesta con 30 preguntas, mediante este instrumento se logró recopilar una información más amplia y por medio de los resultados obtenidos se consiguió comparar los resultados de la variable comunicación interna en ambas empresas.

3.6 Métodos de análisis de datos

Los resultados que se obtuvieron a través del cuestionario que se aplicó en las empresas Corsaa S.A.C y W&M S.R.L., se analizaron a través de un software estadístico denominado SPSS versión 25, con el propósito de analizar los resultados a través de tablas para una mejor interpretación.

3.7 Aspectos Éticos

Esta investigación es auténtica, legítima y veraz haciendo el uso apropiado y oportuno de fuentes bibliográficas respetando cada una de las ideologías de los teóricos, por tanto la información presentada es real y garantiza los datos y la privacidad de este estudio.

IV. RESULTADOS

4.1. Estadística descriptiva

Tabla 6

Estadística descriptiva de la variable comunicación interna

		Comunicación interna				Total
		Deficiente	Regular	Optimo		
Empresas	Corsaa Contratistas Generales SAC	Recuento	0	7	28	35
		%	0,0%	18,4%	90,3%	50,0%
	W&M Contratistas Generales SRL	Recuento	1	31	3	35
		%	100,0%	81,6%	9,7%	50,0%
Total		Recuento	1	38	31	70
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

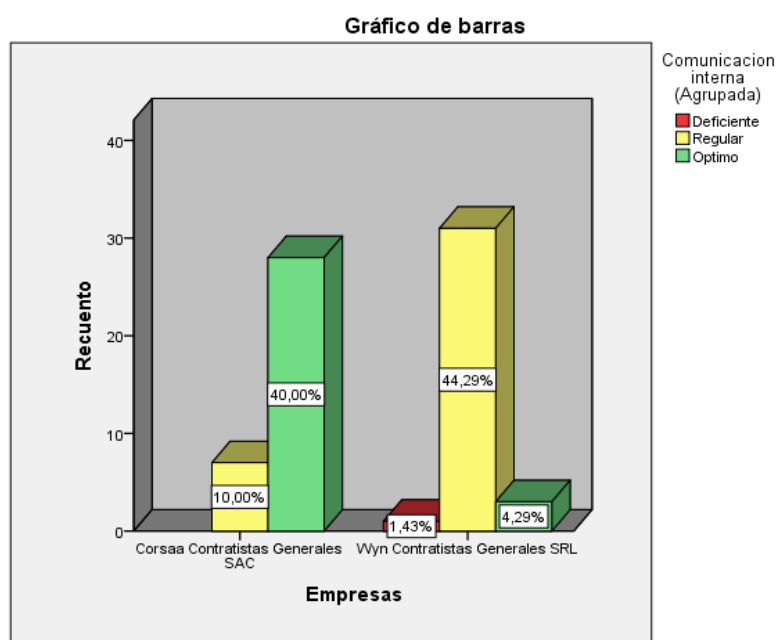


Figura 1. Distribución de frecuencias de la variable comunicación interna

Nota. De acuerdo a la tabla 6 y la figura 1, del 100% de los encuestados en las empresas estudiadas; manifiestan que en la empresa Corsaa Contratistas Generales SAC, el 90.3% considera que la comunicación interna es óptima; también que el 18.4% de los encuestados manifiestan que es regular. En el caso de la Empresa W&M Contratistas Generales SRL, los encuestados manifiestan que el 81,6% la comunicación es regular y 9,7% considera que es óptimo. Se puede observar que existe una marcada diferencia en la percepción sobre la comunicación interna en referencia a las estrategias de comunicación entre las áreas internas de las empresas.

Tabla 7

Estadística descriptiva de la dimensión diversidad de canales

		Diversidad de canales				
		Deficiente	Regular	Optimo	Total	
Empresas	Corsaa Contratistas Generales SAC	Recuento	1	34	0	35
		%	100,0%	100,0%	0,0%	50,0%
	W&M Contratistas Generales SRL	Recuento	0	0	35	35
		%	0,0%	0,0%	100,0%	50,0%
Total		Recuento	1	34	35	70
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

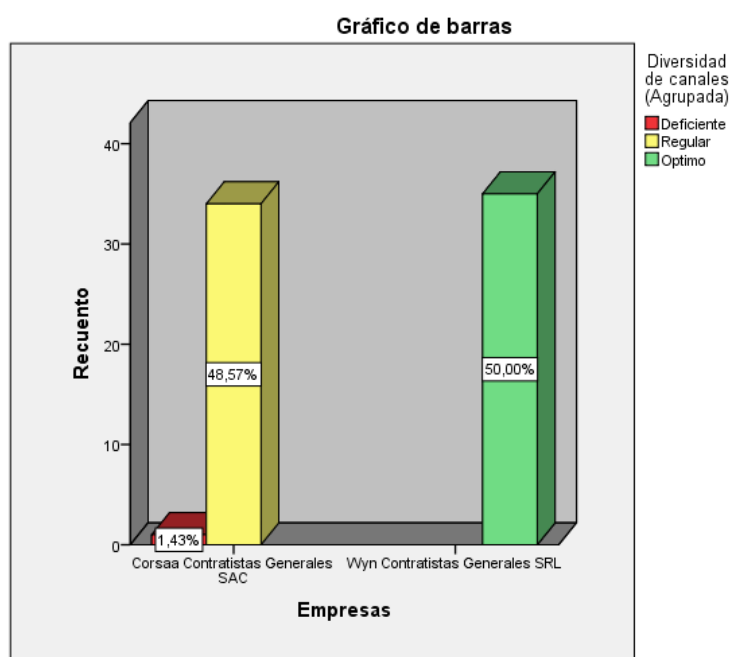


Figura 2. Distribución de frecuencias de la dimensión Diversidad de canales

Nota. De acuerdo a la tabla 7 y la figura 2, del 100% de los encuestados en las empresas estudiadas, manifiestan que en la empresa W&M Contratistas Generales SRL., el 100.0% considera que la diversidad de canales es óptima; también que el 0.0% de los encuestados manifiestan que es regular. En el caso de la Empresa Corsaa Contratistas Generales SAC. Los encuestados manifiestan que el 100.0% la diversidad de canales es regular. Se puede observar que existe una notoria diferencia en la percepción sobre la dimensión diversidad de canales en referencia a la comunicación interna entre las áreas de ambas empresas.

Tabla 8
Estadística descriptiva de la dimensión comunicación en cascada

		Comunicación en cascada			Total	
		Deficiente	Regular	Optimo		
Empresas	Corsaa Contratistas Generales SAC	Recuento	0	16	19	35
		%	0,0%	34,8%	82,6%	50,0%
	W&M Contratistas Generales SRL	Recuento	1	30	4	35
		%	100,0%	65,2%	17,4%	50,0%
Total		Recuento	1	46	23	70
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

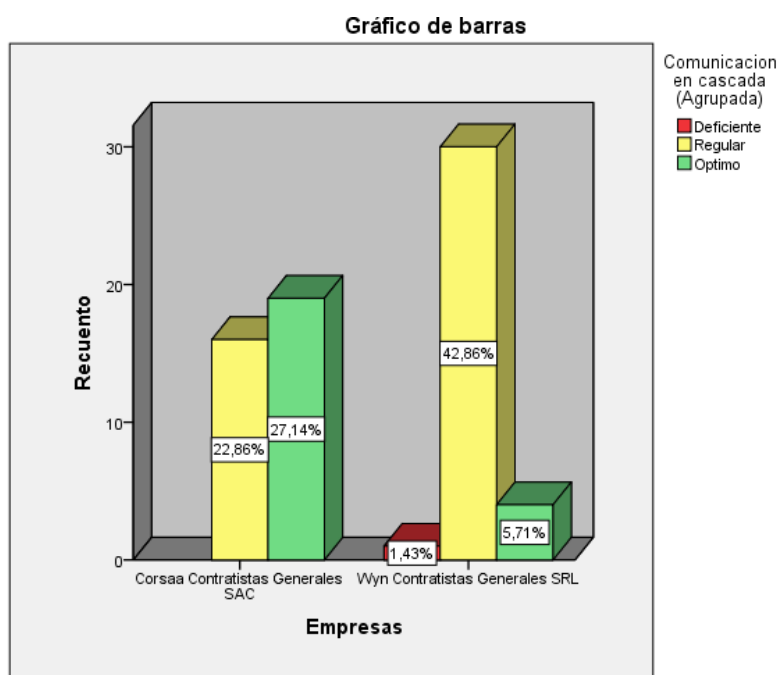


Figura 3. Distribución de frecuencias de la dimensión comunicación en cascada
 Nota. De acuerdo a la tabla 8 y la figura 3, del 100% de los encuestados en las empresas estudiadas; manifiestan que en la empresa Corsaa Contratistas Generales SAC, el 82,6% considera que la comunicación en cascada es óptima; también que el 34,8% de los encuestados manifiestan que es regular. En el caso de la Empresa W&M Contratistas Generales SRL, los encuestados manifiestan que el 65,2% la comunicación en cascada es regular y 17,4% considera que es óptimo. Se puede observar que existe una marcada diferencia en la percepción sobre la comunicación en cascada entre las áreas internas de las empresas

Tabla 9
Estadística descriptiva de la dimensión distorsiones de la comunicación

		Distorsiones de la comunicación			Total
		Deficiente	Regular	Optimo	
Empresas	Corsaa Contratistas Generales SAC	Recuento	0	0	35
		%	0,0%	0,0%	81,4%
	W&M Contratistas Generales SRL	Recuento	5	22	8
		%	100,0%	100,0%	18,6%
Total		Recuento	5	22	43
		%	100,0%	100,0%	100,0%

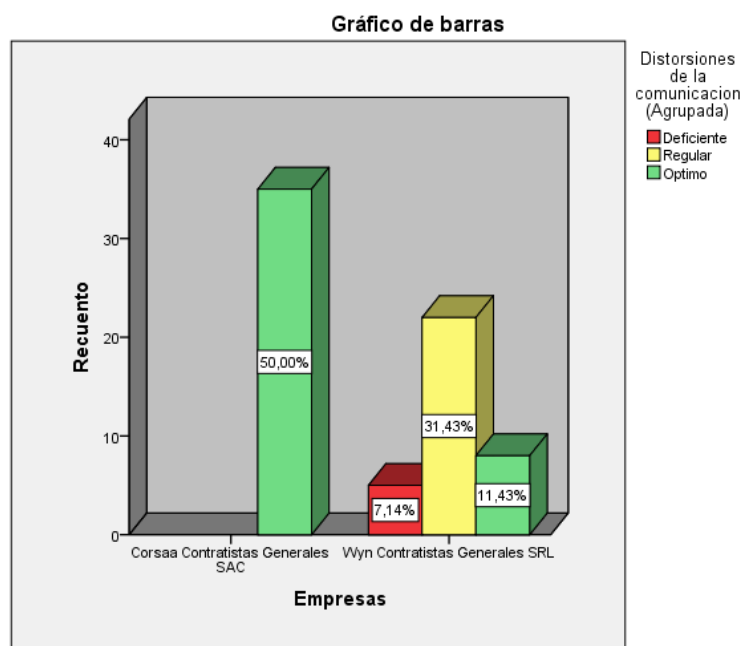


Figura 4. Distribución de frecuencias de la dimensión distorsiones de la comunicación.

Nota. De acuerdo a la tabla 9 y la figura 4, del 100% de los encuestados en las empresas estudiadas; manifiestan que en la empresa Corsaa Contratistas Generales SAC, el 81,4% considera que no existen distorsiones de la comunicación, mientras que en la empresa W&M Contratistas Generales SRL, el 100% considera que existen distorsiones de la comunicación. Se puede observar que existe una marcada diferencia en la percepción sobre la comunicación en cascada entre las áreas internas de las empresas

4.2. Prueba de normalidad

Hipótesis estadística

Ho	$p > 0,05$	Los datos siguen una distribución normal
Ha	$p < 0,05$	Los datos no siguen una distribución normal

Tabla 10

Prueba de normalidad para la variable comunicación interna y sus dimensiones

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación interna	,129	70	,006	,936	70	,002
Diversidad de canales	,221	70	,000	,832	70	,000
Comunicación en cascada	,141	70	,001	,949	70	,006
Distorsiones de la comunicación	,175	70	,000	,931	70	,001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Para verificar la prueba de normalidad y delimitar el estadígrafo que se utilizó en la prueba de hipótesis; fue Kolmogorov-Smirnov, teniendo en cuenta que los datos estudiados son mayores a 30 elementos. La prueba de hipótesis plantea que si el valor $p < 0.05$; los datos no siguen una distribución normal; toda vez que el valor obtenido $p = 0.00$. Por lo tanto, se recomienda utilizar la prueba U de Mann-Whitney aplicado a pruebas no paramétricas, con la finalidad de comparar las muestras independientes en la prueba de hipótesis general y específica.

4.3. Diferencia de Medianas

Hipótesis general

Ho: No existe diferencia entre la comunicación interna en las empresas CORSAA S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019

Ha: Existe diferencia entre la comunicación interna en las empresas CORSAA S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019

Tabla 11

Prueba de comparación de los porcentajes para la variable comunicación interna en las empresas Corsaa Contratistas Generales SAC y W&M Contratistas Generales SRL

Rangos				
	Empresas	N	Rango promedio	Suma de rangos
Niveles de comunicación interna	Corsaa Contratistas Generales SAC	35	51,57	1805,00
	W&M Contratistas Generales SRL	35	19,43	680,00
	Total	70		

Estadísticos de prueba^a	
	Niveles de comunicación interna
U de Mann-Whitney	50,000
W de Wilcoxon	680,000
Z	-6,621
Sig. asintótica (bilateral)	,000

a. Variable de agrupación: Empresas

Decisión. En las empresas Corsaa y W&M, la comparación de puntajes de la variable comunicación interna de acuerdo a la percepción que manifiestan los colaboradores de las empresas Corsaa y W&M, se realizó mediante la prueba U de Mann-Whitney, dando como resultado que los puntajes de las medianas de ambas empresas no tienen distribución normal.

En la prueba U de Mann-Whitney se obtuvo que el estadístico estandarizado Z es -6,621 y su probabilidad es $p=0,00 < 0.05$. Entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, confirmando que efectivamente si existe diferencia entre las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, obtenido en la variable comunicación interna, con un nivel de significancia del 5%.

Hipótesis específica 1

Ho: No existe diferencia entre la diversidad de canales en la comunicación interna de las empresas CORSAA S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019

Ha: Existe diferencia entre la diversidad de canales en la comunicación interna de las empresas CORSAA S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019

Tabla 12

Prueba de comparación de los porcentajes para la dimensión diversidad de canales en las empresas Corsaa Contratistas Generales SAC y W&M Contratistas Generales SRL

		Rangos		
	Razón social	N	Rango promedio	Suma de rangos
Diversidad de canales	Corsaa Contratistas Generales SAC	35	18,00	630,00
	W&M Contratistas Generales SRL	35	53,00	1855,00
	Total	70		

Estadísticos de prueba^a

	Dimensión Diversidad de canales
U de Mann-Whitney	,000
W de Wilcoxon	630,000
Z	-7,237
Sig. asintótica (bilateral)	,000

a. Variable de agrupación: Razón social

Decisión. En las empresas Corsaa y W&M, la comparación de puntajes de la dimensión diversidad de canales de acuerdo a la percepción que manifiestan los colaboradores de las empresas Corsaa y W&M, se realizó mediante la prueba U de Mann-Whitney, dando como resultado que los puntajes de las medianas de ambas empresas no tienen distribución normal.

En la prueba U de Mann-Whitney se obtuvo que el estadístico estandarizado Z es -7,237 y su probabilidad es $p= 0,00 < 0.05$. Entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, confirmando que efectivamente si existe diferencia entre las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, obtenido en la dimensión diversidad de canales, con un nivel de significancia del 5%.

Hipótesis específica 2

Ho: No existe diferencia entre la comunicación en cascada en la comunicación interna de las empresas CORSAA S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019

Ha: Existe diferencia entre la comunicación en cascada en la comunicación interna de las empresas CORSAA S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019

Tabla 13

Prueba de comparación de los porcentajes para la dimensión comunicación en cascada en las empresas Corsaa Contratistas Generales SAC y W&M Contratistas Generales SRL

Rangos				
	Razón social	N	Rango promedio	Suma de rangos
Comunicación en cascada	Corsaa Contratistas Generales SAC	35	49,13	1719,50
	W&M Contratistas Generales SRL	35	21,87	765,50
	Total	70		

Estadísticos de prueba^a

	Dimensión Comunicación en cascada
U de Mann-Whitney	135,500
W de Wilcoxon	765,500
Z	-5,647
Sig. asintótica (bilateral)	,000

a. Variable de agrupación: Razón social

Decisión. En las empresas Corsaa y W&M, la comparación de puntajes de dimensión comunicación en cascada de acuerdo a la percepción que manifiestan los colaboradores de las empresas Corsaa y W&M, se realizó mediante la prueba U de Mann-Whitney, dando como resultado que los puntajes de las medianas de ambas empresas no tienen distribución normal.

En la prueba U de Mann-Whitney se obtuvo que el estadístico estandarizado Z es -5,647 y su probabilidad es $p=0,00 < 0.05$. Entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, confirmando que efectivamente si existe diferencia entre las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, obtenido en la dimensión comunicación en cascada con un nivel de significancia del 5%.

Hipótesis específica 3

Ho: No existe diferencia entre las distorsiones de la comunicación en la comunicación interna de las empresas CORSAA S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019

Ha: Existe diferencia entre las distorsiones de la comunicación en la comunicación interna de las empresas CORSAA S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019

Tabla14

Prueba de comparación de los porcentajes para la dimensión distorsiones de la comunicación en las empresas Corsaa Contratistas Generales SAC y W&M Contratistas Generales SRL

Rangos				
	Razón social	N	Rango promedio	Suma de rangos
Distorsiones de la comunicación	Corsaa Contratistas Generales SAC	35	51,74	1811,00
	W&M Contratistas Generales SRL	35	19,26	674,00
	Total	70		

Estadísticos de prueba^a

	Dimensión Distorsiones de la comunicación
U de Mann-Whitney	44,000
W de Wilcoxon	674,000
Z	-6,735
Sig. asintótica (bilateral)	,000

a. Variable de agrupación: Razón social

Decisión. En las empresas Corsaa y W&M, la comparación de puntajes de la dimensión distorsiones de la comunicación de acuerdo a la percepción que manifiestan los colaboradores de las empresas Corsaa y W&M, se realizó mediante la prueba U de Mann-Whitney, dando como resultado que los puntajes de las medianas de ambas empresas no tienen distribución normal.

En la prueba U de Mann-Whitney se obtuvo que el estadístico estandarizado Z es -6,735 y su probabilidad es $p= 0,00 < 0.05$. Entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, confirmando que efectivamente si existe diferencia entre las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, obtenido en la dimensión distorsiones de la comunicación, con un nivel de significancia del 5%.

V. DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la diferencia de la comunicación interna en las empresas CORSAA S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019. A través de los resultados obtenidos producto del análisis de los datos recolectados de la muestra en estudio, se procederá a comparar, contrastar, interpretar y discutir con los antecedentes y marco teórico por cada uno de los resultados.

La hipótesis general propuso que existe diferencia entre La comunicación interna en las empresas CORSAA S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019, en el cual se obtuvo como resultado en la prueba U de Mann-Whitney se obtuvo que el estadístico estandarizado Z es -6,621 y su probabilidad es $p= 0,00$, afirmando que si efectivamente existe diferencia entre las unidades de estudio, basado en su teórico principal Berceruelo (2011), quien manifiesta que el entorno en una empresa es cambiante es por ello que desarrollar y mejorar la comunicación interna es esencial para consolidar la unión de sus empleados y así mismo motivarlos dentro de la organización. La investigación coincide con lo planteado en la tesis a nivel internacional con Hernández (2013) en su estudio de Plan de comunicación organizacional para industrias Garsam, S.A. de C.V. el cual tuvo como resultado que a través de la observación participante que la empresa carece de elementos fundamentales que toda organización debe tener lo cual demuestra que la empresa no posee una identidad conceptual definida lo cual ha repercutido en la pertenencia de sus empleados y en el quehacer de la organización. Bajo la proposición de sus teóricos principales Gerald y Horacio (2010) quienes afirman que la comunicación organizacional es el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes. Sin embargo se discrepa con la tesis de Mercado (2014) en su Diagnóstico de la comunicación interna en la empresa RED, quien a través de los resultados obtenidos se evidencio lo siguiente en la empresa no se le da prioridad a la comunicación interna por parte de gerencia, y los sistemas de comunicación se consideran innecesarios a ser una empresa pequeña optándose por transmitir los mensajes de manera informal verbalmente y a través del voz a voz, lo cual evidencia que el desarrollo de estrategias comunicativas formales y organizadas es fundamental para la buena organización al interior de la empresa notificadora judicial Red Procesal, basado en su teórico Elton Mayo (1930) imparte una nueva

perspectiva, dentro de las organizaciones, sobre la concepción del hombre, ya que asume al trabajador no como un ente económico, sino como un ser social con valores, principios, necesidades, sentimientos, metas y retos que lo incentivan a perseguir objetivos relacionados con su producción e ir más allá de las metas propuestas a nivel de la organización dentro de su grupo de trabajo. A nivel nacional está en desacuerdo Dominga (2018) con la elaboración del Estudio comparativo de la comunicación organizacional en docentes de I.E. Red N°26, UGEL 01 San Juan de Miraflores – 2017, el cual tuvo como resultado en cuanto a comunicación ascendente según percepción. Se aprecia que la opinión de los docentes de sexo masculino, el 8,2 % manifiesta que la comunicación ascendente está en un nivel no favorable; el 23,5% en un nivel medianamente favorable, confirmando con los teóricos León y Mejía (2010) existieron varias condiciones que han influido en el nacimiento y desarrollo de la comunicación organizacional.

Describiendo la primera hipótesis específica la cual es, existe diferencia entre la diversidad de canales en la comunicación interna de las empresas CORSAA S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019, se obtuvo como resultado en la prueba U de Mann-Whitney se obtuvo que el estadístico estandarizado Z es -7,237 y su probabilidad es $p= 0,00$, confirmando que efectivamente si existe diferencia en la diversidad de canales entre las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, basado en su teórico principal Berceruelo (2011), quien explica que la diversidad de canales se da mediante canales formales e informales que sirven para corregir o complementar ciertos aspectos deficientes en la organización. La investigación coincide con lo planteado en la tesis del estudio internacional de Trani (2015) quien estudio la comunicación interna una herramienta al servicio de las organizaciones en el cual se obtuvo como resultado que la comunicación interna está presente en las organizaciones españolas en una amplia mayoría, es decir un 93,9% poseen la función de comunicación interna en la organización frente al 6,1% que no la poseen. Esto demuestra que la Comunicación interna se ha convertido en una herramienta indispensable para las organizaciones y cuya función se ve necesaria para cumplir objetivos estratégicos en cada una de las organizaciones, basado en su teórico Paul Watzlawic la comunicación entre sus miembros es fundamental para el funcionamiento y éxito de cualquier organización empresarial.

En relación a la segunda hipótesis específica sobre si existe diferencia entre la comunicación en cascada en la comunicación interna de las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019, se obtuvo como resultado en la prueba U de Mann-Whitney se obtuvo que el estadístico estandarizado Z es -5,647 y su probabilidad es $p= 0,00 < 0.05$, confirmando que efectivamente si existe diferencia en la comunicación en cascada entre las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L., basado en el teórico Berceruelo (2011), quien relata que la comunicación en cascada es cuando la información se transmite principalmente por los directivos de cada área ya sea por algún intermediario como los correos electrónicos, llamadas, entre otros o también se puede dar de manera directa mediante reuniones. La investigación coincide con lo planteado en la tesis a nivel nacional de Vega (2016) en la que estudio los Factores Estratégicos de la comunicación Organizacional en la Municipalidad Distrital de Quiruvilca, 2016. En la cual se refleja como resultado que en la Municipalidad Distrital de Quiruvilca, que con un 15% de presupuesto a la comunicación interna, existe un grado de aprovechamiento de los recursos muy bueno con un 36%, confirmando con el teórico Fernández (2009) quien considera que es un proceso social que es muy importante, la comunicación en las organizaciones son mensajes en conjunto, los cuales se intercambian entre todos aquellos que conforman una organización, con los diversos públicos, así como con quienes los rodean.

De acuerdo a la tercera hipótesis específica sobre si existe diferencia en las distorsiones de la comunicación en la comunicación interna de las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019, se obtuvo como resultado en la prueba U de Mann-Whitney se obtuvo que el estadístico estandarizado Z es -6,735 y su probabilidad es $p= 0,00 < 0.05$, confirmando que efectivamente si existe diferencia entre las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, obtenido en la dimensión distorsiones de la comunicación, basado en el teórico Berceruelo (2011), quien explica que las distorsiones de la comunicación estas se dan por los canales informales en los cuales no se maneja una buena información ya sea por diferencias culturales, estrés o también por la acumulación o sobrecarga de la información. La investigación coincide con lo planteado en la tesis a nivel nacional de Siccha (2016) en su investigación la comunicación organizacional interna en la Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera – Trujillo, La Libertad .Año 2016. En el cual se

obtuvo como resultados Los mecanismos de comunicación organizacional desde la perspectiva del colaborador es de 2.8, la cual corresponde a una percepción regular. Debido a que el jefe inmediato no brinda el espacio para ayudar al colaborador a mejorar su desempeño. Confirmando con el teórico Andrade (2005) quien afirma que la comunicación interna es efectuada para la creación y sostenimiento de buenos vínculos entre los colaboradores a través de los diferentes medios de comunicación que los mantengan siempre actualizados en la información, a la vez, integrados para aportar en la obtención de los objetivos organizacionales.

VI. CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la diferencia de la comunicación interna entre ambas empresas constructoras, por ello se evidenció a través de encuestas y programas estadísticos la situación actual en la que se encontraba cada una y se pudo concluir que si existe diferencia entre ambas empresas, ya que se determinó que la empresa Corsaa S.A.C. maneja más canales formales y eso se vio reflejado en las respuestas que nos dieron los colaboradores de W&M Y CORSAA, los colaboradores de Corsaa indicaron que mantienen una mejor organización en ese punto al momento de transmitir la información para toda la empresa.

El primer objetivo específico fue de determinar qué empresa poseía una mayor diversidad de canales y el resultado de las encuestas fue que W&M poseía una gran variedad de canales, sin embargo al finalizar con el presente estudio se determinó que Corsaa poseía una mejor comunicación interna de comparación de W&M, esto se debe ya que W&M podrá contar con una diversidad de canales pero no sabe cómo gestionarla ni como emplearla en su organización.

En la segunda dimensión comunicación en cascada en las encuestas un 82.6% de la empresa Corsaa coincidió que era óptima y esto se debe a que en esta empresa si toman en cuenta las opiniones que puedan transmitir los colaboradores hacia los jefes y muchas de ellas llegan a formar parte de nuevas políticas a emplear en la organización, lo contrario ocurre en la empresa W&M que por otros factores externos como son que los jefes siempre están viajando no se dan el tiempo para escuchar las ideas y diversas opiniones que puedan tener los colaboradores de esa entidad, es por ello que se ve reflejado en el porcentaje que arrojó en las encuestas que fue que el 100% indicó que la comunicación en cascada en W&M era deficiente.

Finalmente se pudo determinar el motivo por el cual los colaboradores de W&M el 100% indicó que habían distorsiones en la comunicación, porque la información que transmiten muchas veces no llega en el momento que se necesita provocando que los colaboradores se adelanten a realizar un trabajo o algún trámite sin tener una última indicación o una actualización de información, y que cuando terminan de gestionarla terminan siendo amonestados, y esta situación genera estrés en el colaborador, a diferencia de la empresa Corsaa que gracias a la gestión de la

gerente la información es oportuna y clara y los resultados se pueden ver reflejados en los porcentajes de las encuestas.

VII. RECOMENDACIONES

De acuerdo al objetivo general determinar la diferencia de la comunicación interna en las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019, se propone que la empresa W&M Contratistas Generales SRL debe implementar estrategias de comunicación para mejorar la comunicación en cuanto a la diversidad de canales, comunicación en cascada y distorsiones de la comunicación entre las áreas de trabajo, ya que el 81,6% de los colaboradores consideran que la comunicación interna es regular, mientras que en la empresa Corsaa Contratistas Generales SAC el 90,3% considera que la comunicación interna es óptima, es decir la comunicación interna es fluida en las diferentes áreas de la empresa.

En cuanto al primer objetivo específico el cual fue determinar la diferencia de la diversidad de canales en la comunicación interna de las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019, se puede observar que en la empresa W&M Contratistas Generales SRL el 100% de los colaboradores manifiestan que la diversidad de canales es óptima, sin embargo se recomienda que se pueda aprovechar al máximo estos recursos con los que cuentan, mientras que en la empresa Corsaa Contratistas Generales SAC se recomienda implementar más canales formales para difundir la información a los colaboradores, evitar el uso de canales informales y rumores, así como también realizar constantes capacitaciones en las cuales se le preste más atención al personal y a su desempeño.

El segundo objetivo específico fue determinar la diferencia de la comunicación en cascada en la comunicación interna de las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019, se tuvo como resultados en la empresa W&M Contratistas Generales SRL el 100% de los encuestados manifiestan que la comunicación en cascada es deficiente, por lo que se recomienda que se brinde una información oportuna informando de manera clara sin omitir datos para que los colaboradores puedan realizar una interpretación correcta de la información transmitida, así mismo a través de la retroalimentación la gerencia se debe tomar el tiempo para escuchar y analizar las ideas del personal. Mientras que en la empresa Corsaa Contratistas Generales SAC el 82,6% considera que la comunicación en cascada es óptima por lo que se recomienda mejorar y seguir brindando información oportuna y clara de manera que la información sea totalmente clara para todo el personal.

Por ultimo en cuanto al tercer objetivo el cual fue determinar la diferencia de las distorsiones en la comunicación interna de las empresas Corsaa S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019, se observa en la empresa W&M Contratistas Generales SRL que el 100% considera que existe distorsiones de la comunicación, por lo que se recomienda que la gerencia no solo preocupe en brindar la información, sino que también en saber si la información llego correctamente sin ninguna distorsión, así mismo procurar mejorar de los ambientes de trabajo, de manera que el personal pueda tener mayor privacidad y sentirse más cómodo en su lugar de trabajo, así como también manejar información clara y precisa para evitar distorsiones de la información entre las diferentes culturas de los colaboradores. En cuanto a la empresa Corsaa Contratistas Generales SAC se recomienda que siga manejando una información organizada y precisa hacia sus colaboradores.

REFERENCIAS

- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna*. España: Netbiblo, S, L.
- Apolo, D., Báez, V., Pauker, L., & Pasquel, G. (2017). Gestión de comunicación corporativa: Consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica/Corporate communication management: Considerations for the approach to its study and practice. *Revista Latina De Comunicación Social*, (72), pp. 521-539.
- Arizcuren, A., Cabezas, E., Cañeque, N., Casado, M., Fernández, P., Lacasta, J., Martín, T.,Menchaca, M., Nuñez, F., Sánchez, M., Soria L. y Vilcario, D. (2008). Guía de buenas prácticas de comunicación interna. Madrid: FEAPS.
- Begoña, V. (2015)¿Es importante la comunicación interna en una organización? *Revistadigital INESEM*.
- Belategi, O., Gago, M., & Egaña, T. (2019). La comunicación interna en las cooperativas: La percepción de las personas trabajadoras sobre la escucha y la información. *REVESCO: Revista De Estudios Cooperativos*, 130, pp. 9-32.
- Berceruelo, B. (2011). *Comunicación interna en la empresa: claves y desafíos*. Valencia: Wolters Kluwer España, S.A.
- Calvo, M. (2014). Cómo hacer comunicación interna en una pyme. *Cinco Dias*.
- Celis, E., & García, C. (2014). La incidencia de la gestión de la comunicación en la estrategia corporativa. *Informes Psicológicos*, 14(1), pp. 49-64.
- Costa, J. (2015). Cuatro reglas básicas para que las empresas optimicen su comunicación interna y externa. *Gestión*.
- Favaro, D. (2012). *Planificación de la comunicación en grupos y organizaciones*. Buenos Aires: Creas.
- Fernández, C. (2012) 4 Factores Críticos en la Comunicación Organizacional de tu empresa.
- Ferreira, V. M., & Troccoli, I. R. (2015). Uma palavra vale mais do que um protocolo? (in)formalidade na comunicação interna organizacional/is a word more worthy than a protocol? (in)formalit y in organizational internal communication. *Revista Em Agronegócio e Meio Ambiente*, 8(3), pp. 481-504.
- García, G. (2011). Comunicación y relaciones Interpersonales. Recuperado de

https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/4951/32061_1996_02_01.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Gottfried, J., DeLancey, L., & Hardin, A. (2015). Talking to ourselves: Internal communication strategies for reference services. *Reference & User Services Quarterly*, 54(3), pp.37-43.
- Gray, S. (2016). O-12 getting the word out there - one hospice's internal communications journey with an intranet. *BMJ Supportive & Palliative Care*, 6.
- Guzmán, D. (2018). Estudio comparativo de la comunicación organizacional en docentes de I.E. Red N°26, UGEL 01 San Juan de Miraflores -2017 (Tesis de maestría).
- Hernandez, A. (2013). Estudio comparativo de la comunicación organizacional en docentes de I.E. Red N°26, UGEL 01 San Juan de Miraflores -2017 (Tesis de pregrado).
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (5ta ed.). Ciudad de México: Mc Graw – Hill.
- Ingelmo, P. M., Navarro, C., & Sanz, L. J. (2018). Determining factors of success in internal communication management in spanish companies. *Corporate Communications*, 23(3), pp. 405-422.
- King, C., & Lee, H. (2016). Enhancing internal communication to build social capital amongst hospitality employees – the role of social media. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(12), pp. 2675-2695.
- López, A. M., & Bustamante, E. M. G. (2016). La comunicación y la información en gobiernos locales: Persistencia de prácticas difusionistas de comunicación en organizaciones gubernamentales del valle del cauca (colombia). *Signo y Pensamiento*, 35(69), pp. 118-139.
- Madsen, V. T. (2018). Participatory communication on internal social media – a dream or reality? *Corporate Communications*, 23(4), pp. 614-628.
- Maier, C. D., & Andersen, M. A. (2017). Strategic internal communication of corporate heritage identity in a hypermodal context. *Corporate Communications*, 22(1), pp. 36-59.
- Marín, P. (2015). Comunicación Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES): Percepción, Conocimiento y Actitud. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 6(2), pp. 63-82.

- Mercado, J. (2014). Diagnóstico de la comunicación interna en la empresa red procesal a la luz de teorías y conceptos administrativos contemporáneos: propuesta para la mejora. (Tesis pregrado).
- Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación*. Bogota: Ediciones de la U.
- Nor Farah, H. Z., Johari, J., & Adnan, Z. (2018). Stressor factors, internal communication and commitment to change among administrative staff in malaysian public higher-education institutions. *On the Horizon*, 26(4), pp. 291-306.
- Peña, A., Caldevilla, D., y Batalla, N. (2017). Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de las estrategias de comunicación interna. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, (134), pp. 315–330.
- Pérez, R., Caso, C., Río, M. & López, A. (2012). *Introducción a la Estadística Económica*. España: Creative Commons.
- Pipas, M. D., & Sîrbu, J. (2015). Audit of internal organizational communication - practical aspects: acces la success acces la success. *Calitatea*, 16, pp. 132-142.
- Puebla-Martínez, B., & Montero, J. F. (2018). Gestión de la comunicación interna a través de las aplicaciones para móviles: caso de estudio: el corte inglés. *Prisma Social*, (22), pp. 113-126.
- Ravazzani, S. (2016). Exploring internal crisis communication in multicultural environments. *Corporate Communications*, 21(1), pp. 73-88.
- Romero, D. E., San Román, D. J., A. Ruiz, & Oceja, D. J. (2018). La percepción de los/as periodistas sobre la comunicación organizacional: el caso de google. *Prisma Social*, (22), pp. 37-60.
- Sárka Hudcová. (2014). Tools of internal communication from knowledge transfer perspective. *Journal of Competitiveness*, 6(4).
- Sichha, E. (2016). *La comunicación organizacional interna en la Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera – Trujillo, La Libertad .Año 2016* (Tesis pregrado).
- Strandberg, J. M., & Vigsø, O. (2016). Internal crisis communication. *Corporate Communications*, 21(1), pp. 89-102.
- Suh, T., & Lee, J. (2016). Internal audience segmentation and diversity in internal communication. *Corporate Communications*, 21(4), pp. 450-464.

- Tessi, M. (2013). *Comunicación Interna en la Práctica: siete premisas para la comunicación en el trabajo*. Buenos Aires: Granica.
- Timoteo, J. (2013). *Manejo de la Comunicación Organizacional: espacios, herramientas y tendencias en gestión de negocios*. España: Díaz de Santos S.A.
- Trani, J. (2015). *La Comunicación Interna Una herramienta al servicio de las organizaciones*. (Tesis de magister).
- Valderrama, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación*. Lima: Editorial San Marcos.
- Vázquez-Sande, P., García-Abad, L., & Pineda-Martínez, P. (2019). Internal communication and reputational crisis. the case of the universidad rey juan carlos. *Revista Latina De Comunicación Social*, (74), pp. 1748-1760.
- Vega, E. (2016). *Factores Estratégicos de la Comunicación Organizacional en la Municipalidad Distrital de Quiruvilca, 2016*. (Tesis de pregrado).
- Welch, M. (2015). Internal communication education: A historical study. *Journal of Communication Management*, 19(4), pp. 388-405.
- Zur, A., & Walega, A. (2015). Routines do matter: Role of internal communication in firm-level entrepreneurship. *Baltic Journal of Management*, 10(1), pp. 119-139.

ANEXOS

Anexo 01. Instrumento de medición

ESTUDIO COMPARATIVO DE LA COMUNICACIÓN	1	2	3	4	5
1. Considera usted que los medios de comunicación empleados en su empresa son formales					
2. Mi empresa me entrega de manera formal el reglamento de operaciones y funciones					
3. Se me brinda la información en el momento y lugar menos esperado					
4. La empresa utiliza los canales de comunicación correctamente					
5. Considera usted que los rumores puedan ser motivo de conflictos					
6. La comunicación entre sus compañeros de trabajo es abierta					
7. Recibe la información necesaria para realizar eficientemente su trabajo					
8. La capacitación que recibe es constante					
9. Considera usted que se le presta atención al personal y a su desempeño					
10. Se siente identificado con su empresa					
11. Considera usted que está comprometido con la empresa					
12. Considera usted que se le brinda la información necesaria para poder realizar sus labores eficientemente					
13. Considera usted que se oculta información entre compañeros de trabajo					
14. Se maneja una información clara entre los colaboradores					
15. Se me brinda una información clara sobre las labores a realizar					
16. Las indicaciones brindadas por su jefe son claras.					
17. Su jefe utiliza un lenguaje sencillo cuando se dirige a usted					
18. Las propuestas o sugerencias que le hace a sus superiores son tomados en cuenta					
19. Su jefe inmediato está abierto a escuchar las ideas y opiniones de sus colaboradores					
20. Existe adecuada retroalimentación del jefe de área a los integrantes.					
21. Se promueve discutir abiertamente las dificultades y buscar soluciones					
22. Me considero una persona proactiva					
23. Realizo un reporte de mis actividades aunque mi jefe no me lo solicite					
24. La información que le brinda su jefe inmediato es clara y oportuna					
25. Tiene la suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre el trabajo					
26. La empresa le brinda todos los materiales para poder ejercer sus Funciones					
27. Su jefe le brinda la confianza para hablar sobre problemas de carácter personal					
28. La empresa me confía tenemos confidenciales					
29. La diferencia de nacionalidades genera un mal ambiente laboral					
30. La información que se emite entre otras compañeros es organizada					

Anexo 03. *Tabla de especificaciones*

VARIABLE	DIMENSIONES	PESO	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
COMUNICACIÓN INTERNA	DIVERSIDAD DE CANALES	30%	Formales	1,2	Ordinal (Escala de Likert)
			Informales	3,4	
			Rumores	5,6	
			Capacitación	7,8	
			Comunicación no verbal	9	
	COMUNICACIÓN EN CASCADA	50%	Compromiso	10,11	
			Omision de datos	12,13	
			Información clara	14,15	
			Interpretación incorrecta	16,17	
			Escucha de ideas	18,19	
			Retroalimentación oportuna	20,21	
			Estado de animo	22	
			Información oportuna	23,24	
	DISTORSIONES DE LA COMUNICACIÓN	20%	Comodidad	25,26	
			Privacidad	27,28	
Diferencia cultural			29,30		

Anexo 04. Validación de jueces

Tabla 3
Validez basado en el contenido a través de la V de Aiken

N° Items		\bar{X}	DE	V Aiken
1. Considera usted que los medios de comunicación empleados en su empresa son formales	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	3.6666667	0.58	0.89
	Claridad	3.3333333	0.58	0.78
2. Mi empresa me entrega de manera formal el reglamento de operaciones y funciones	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.3333333	0.58	0.78
	Claridad	3.6666667	0.58	0.89
3. Se me brinda la información en el momento y lugar menos esperado	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.6666667	0.58	0.89
	Claridad	3.3333333	0.58	0.78
4. La empresa utiliza los canales de comunicación correctamente	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.3333333	0.58	0.78
	Claridad	3.6666667	0.58	0.89
5. Considera usted que los rumores puedan ser motivo de conflictos	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.6666667	0.58	0.89
	Claridad	3.3333333	0.58	0.78
6. La comunicación entre sus compañeros de trabajo es abierta	Relevancia	3.6666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.3333333	0.58	0.78
	Claridad	3.3333333	0.58	0.78
7. Recibe la información necesaria para realizar eficientemente su trabajo	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	3.6666667	0.58	0.89
8. La capacitación que recibe es constante	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.3333333	0.58	0.78
	Claridad	3.3333333	0.58	0.78
9. Considera usted que se le presta atención al personal y a su desempeño	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.3333333	0.58	0.78
	Claridad	4	0.00	1.00
10. Se siente identificado con su empresa	Relevancia	3.6666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.3333333	0.58	0.78
	Claridad	3.6666667	0.58	0.89
11. Considera usted que esta comprometido con la empresa	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.3333333	0.58	0.78
	Claridad	4	0.00	1.00
12. Considera usted que se le brinda la información necesaria para poder realizar sus labores eficientemente	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	3.6666667	0.58	0.89
	Claridad	3.3333333	0.58	0.78
13. Considera usted que se oculta información entre compañeros de trabajo	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.6666667	0.58	0.89
	Claridad	3.3333333	0.58	0.78

14. Se maneja una información clara entre los colaboradores	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.6666667	0.58	0.89
	Claridad	3.3333333	0.58	0.78
15. Se me brinda una información clara sobre las labores a realizar	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.3333333	0.58	0.78
	Claridad	3.3333333	0.58	0.78
16. Las indicaciones brindadas por su jefe son claras.	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.6666667	0.58	0.89
	Claridad	3.6666667	0.58	0.89
17. Su jefe utiliza un lenguaje sencillo cuando se dirige a usted	Relevancia	3.6666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.3333333	0.58	0.78
	Claridad	3.3333333	0.58	0.78
18. Las propuestas o sugerencias que le hace a sus superiores son tomados en cuenta	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	3.6666667	0.58	0.89
19. Su jefe inmediato está abierto a escuchar las ideas y opiniones de sus colaboradores	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.3333333	0.58	0.78
	Claridad	3.3333333	0.58	0.78
20. Existe adecuada retroalimentación del jefe de área a los integrantes.	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.3333333	0.58	0.78
	Claridad	3.6666667	0.58	0.89
21. Se promueve discutir abiertamente las dificultades y buscar soluciones	Relevancia	3.6666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.3333333	0.58	0.78
	Claridad	3.3333333	0.58	0.78
22. Me considero una persona proactiva	Relevancia	3.6666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.6666667	0.58	0.89
	Claridad	3.6666667	0.58	0.89
23. Realizo un reporte de mis actividades aunque mi jefe no me lo solicite	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.3333333	0.58	0.78
	Claridad	3.3333333	0.58	0.78
24. La información que le brinda su jefe inmediato es clara y oportuna	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.6666667	0.58	0.89
	Claridad	3.3333333	0.58	0.78
25. Tiene la suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre el trabajo	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.3333333	0.58	0.78
	Claridad	3.6666667	0.58	0.89
26. La empresa le brinda todos los materiales para poder ejercer sus funciones	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.6666667	0.58	0.89
	Claridad	3.3333333	0.58	0.78
27. Su jefe le brinda la confianza para hablar sobre problemas de carácter personal	Relevancia	3.6666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.6666667	0.58	0.89
	Claridad	3.3333333	0.58	0.78
28. La empresa me confía tenemos confidenciales	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	3.6666667	0.58	0.89

29. La diferencia de nacionalidades genera un mal ambiente laboral	Relevancia	3.3333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.3333333	0.58	0.78
	Claridad	3.6666667	0.58	0.89
30. La información que se emite entre otras compañeros es organizada	Relevancia	3.6666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.3333333	0.58	0.78
	Claridad	3.6666667	0.58	0.89



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Mgr. Ricardo Ruiz Vilavencio

Presente

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

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de psicología la UCv, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2019, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Psicología.

El título del proyecto de investigación es: "Estudio comparativo de la comunicación interna entre la empresa Corsaa S.A.C y W&M S.R.L. S.U.L. 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 tema de psicología, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

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

Atentamente,

Firma

Mabel Abanto Bueno
D.N.I.: 75210454

Firma

Miriam Hurtado Cosme
D.N.I.: 77471031



Definición conceptual de las variables y dimensiones

I. Variable comunicación Interna:

La comunicación interna se define como: El entorno dentro de una empresa es cambiante es por ello que desarrollar y mejorar la comunicación interna es esencial para consolidar la unión de sus empleados y así mismo motivarlos dentro de la organización. (Bercenuelo, 2011).

II. Dimensiones

1. La Diversidad de canales

Se da mediante canales formales e informales que sirven para corregir o complementar ciertos aspectos deficientes en la organización.

2. La comunicación en cascada

Es cuando la información se transmite principalmente por los directivos de cada área ya sea por algún intermedario como los correos electrónicos, llamadas, entre otros o también se puede dar de manera directa mediante reuniones.

3. Las distorsiones de la comunicación

Estas se dan por los canales informales en los cuales no se maneja una buena información ya sea por diferencias culturales, estilos o también por la acumulación o sobrecarga de la información.



Matriz de Operacionalización de Variable Comunicación Interna

Título	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	N° de ítems	Escala	Tipo de escala
"Estudio Comparativo De La Comunicación Interna Entre La Empresa Corcas S.A.C. Y WVM S.R.L S.R.L, 2019"	Comunicación Interna	La comunicación interna para Berceruelo (2011) indica que la Comunicación Interna responde a la necesidad específica de las empresas de motivar e integrar a sus empleados en un entorno empresarial que a veces es cambiante. (p.31).	En base a la comunicación interna esta sera evaluada por sus dimensiones, por lo cual se tomarán los indicadores para elaborar el cuestionario en la cual muestra escala sera tipo Libert, para luego basandonos en las respuestas analizarián bajo el programa SPSS.	1. DIVERSIDAD DE CANALES	CONEXION	1,2		
					REDUCCION	3,4		
					EXPOSICION	5,6		
					CONEXION	7,8		
					COMUNICACION NO VERBAL	9		
					COMUNICACION	10,11		
					OMISION DE DATOS	12,13		
					INFORMACION CLARA	14,15	Escala de Libert	Ordinal
					INTERACCION	16,17		
					RECORDARIA	18,19		
					SECCION DE DEBES	20,21		
					ENTRALAR UNION	22		
					OPORTUNA	23,24		
					ESTADO DE AVANZO	25,26		
					RECIBIMON	27,28		
COMODIDAD	29,30							
DISTRORSIONES DE LA COMUNICACION								
DE LA COMUNICACION								
DE LA COMUNICACION								



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable comunicación interna

N°	DIMENSIONES / Ítems	Fidelidad					Supervenas
		K	R	A	S	C	
	DIMENSION 1: DIVERSIDAD DE CANALES						
	INDICADOR 1 : FORMALES	0	1	2	3	4	
1	Considera usted que los medios de comunicación empleados en su empresa son formales						
2	Mi empresa me entrega de manera formal el reglamento de operaciones y funciones						
	INDICADOR 2 : INFORMALES						
3	Se me brinda la información en el momento y lugar menos esperado						
4	La empresa utiliza los canales de comunicación correctamente						
	INDICADOR 3 : RUMORES						
5	Considera usted que los rumores puedan ser motivo de conflictos						
6	La comunicación entre sus compañeros de trabajo es abierta						
	INDICADOR 4 : CAPACITACION						
7	Recibe la información necesaria para realizar eficientemente su trabajo						
8	La capacitación que recibe es constante						
	INDICADOR 5 : COMUNICACIÓN NO VERBAL						
9	Considera usted que se le presta atención al personal y a su empeño						
	DIMENSION 2: COMUNICACIÓN EN CAJACADA						
	INDICADOR 6: COMPROBADO						
10	Se siente identificado con su empresa						



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Mgr. Juana Roncal Huaman

Presente

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

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de psicología la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2019, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Psicología.

El título del proyecto de investigación es: "Estudio comparativo de la comunicación interna entre la empresa Corsas S.A.C y W&M S.R.L. S.U.L. 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado convenientemente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de psicología, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

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

Atentamente,

Firma

Mabel Abanto Bueno
D.N.I.: 75210454

Firma

Miriam Hurtado Cosme
D.N.I.: 77471031

Definición conceptual de las variables y dimensiones

I. Variable comunicación interna:

La comunicación interna se define como: El entorno dentro de una empresa es cambiante es por ello que desarrollar y mejorar la comunicación interna es esencial para consolidar la unión de sus empleados y así mismo motivarlos dentro de la organización. (Bercenuelo, 2011).

II. Dimensiones

1. La Diversidad de canales

Se da mediante canales formales e informales que sirven para corregir o complementar ciertos aspectos deficientes en la organización.

2. La comunicación en cascada

Es cuando la información se transmite principalmente por los directivos de cada área ya sea por algún intermediario como los correos electrónicos, llamadas, entre otros o también se puede dar de manera directa mediante reuniones.

3. Las distorsiones de la comunicación

Estas se dan por los canales informales en los cuales no se maneja una buena información ya sea por diferencias culturales, estrés o también por la acumulación o sobrecarga de la información.



Matriz de Operacionalización de Variable Comunicación Interna

Título	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	N° de ítems	Escala	Tipo de escala
"Estudio Comparativo De La Comunicación Interna Entre La Empresa Conasa S.A.C. y WYMA S.R.L. S.L. 2019"	Comunicación Interna	La comunicación interna para Bertrando (2011) indica que la comunicación interna responde a la necesidad específica de las empresas de motivar e integrar a sus empleados en un entorno empresarial que a veces es cambiante. [p.31].	En base a la comunicación interna esta será evaluada por sus dimensiones, por lo cual se tomarán los indicadores para elaborar el cuestionario en la cual nuestra escala será tipo Likert, para luego basándonos en las respuestas analizarlas bajo el programa SPSS.	1. DIVERSIDAD DE CANALES	FORAULTS	1,2		
					RECOMBAE	3,4		
					REACRECS	5,6		
					COMOTRACION	7,8		
					COMUNICACION NO VERBAL	9		
					CONEXIONADO	10,11		
					OMISION DE DATOS	12,13		
					PROBLEMAS CUANTITATIVOS	14,15	Escala de Likert	Ordinal
					INTERRUPCION RECORRECTA	16,17		
					ESCALA DE IDEAS	18,19		
					RETROALIMENTACION	20,21		
					ESTADO DE ANIMO	22		
					INCORPORACION OPTATIVA	23,24		
					COMODIDAD	25,26		
					HECHOS	27,28		
COMUNICACION	DIFERENCIA CULTURAL	29,30						



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable comunicación interna

N°	DIMENSIONES I SURS INDICADOR 1 : FORMALIS	Fiabilidad ¹					Sugerencias
		K	T	K	K	K	
1	Considera usted que los medios de comunicación empleados en su empresa son formales						
2	Me preocupa me entrega de manera formal el reglamento de operaciones y funciones						
3	Se me brinda la información en el momento y lugar menos esperado						
4	La empresa utiliza los canales de comunicación correctamente INDICADOR 3 : NUMEROS						
5	Considera usted que los numores puedan ser motivo de conflictos						
6	La comunicación entre sus compañeros de trabajo es abierta INDICADOR 4 : CAPACITACION						
7	Recibe la información necesaria para realizar eficientemente su trabajo						
8	La capacitación que recibe es constante INDICADOR 5 : COMUNICACIÓN NO VERBAL						
9	Considera usted que se le presta atención al personal y a su empleo DIMENSION 2 : COMUNICACIÓN EN CASACOA INDICADOR 6 : COMPROBADO						
10	Se siente identificado con su empresa						



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Mgtr. Luis Flores Bolívar

Presente

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

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de psicología la UC.V, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2019, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Psicología.

El título del proyecto de investigación es: "Estudio comparativo de la comunicación interna entre la empresa Corsas S.A.C y W&M S.R.L. S.U. 2018" 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 tema de psicología, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispensa a la presente.

Atentamente,

Firma
Mabel Abanto Bueno
D.N.I.: 75210454

Firma
Milam Hurtado Casme
D.N.I.: 77471031



Definición conceptual de las variables y dimensiones

I. Variable comunicación interna:

La comunicación interna se define como: El entorno dentro de una empresa es cambiante es por ello que desarrollar y mejorar la comunicación interna es esencial para consolidar la unión de sus empleados y así mismo motivarlos dentro de la organización. (Berzuelo, 2011).

II. Dimensiones

1. La Diversidad de canales

Se da mediante canales formales e informales que sirven para corregir o complementar ciertos aspectos deficientes en la organización.

2. La comunicación en cascada

Es cuando la información se transmite principalmente por los directivos de cada área ya sea por algún intermedio como los correos electrónicos, llamadas, entre otros o también se puede dar de manera directa mediante reuniones.

3. Las distorsiones de la comunicación

Estas se dan por los canales informales en los cuales no se maneja una buena información ya sea por diferencias culturales, estrés o también por la acumulación o sobrecarga de la información.



Matriz de Operacionalización de Variable Comunicación Interna

Título	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	N° de ítems	Escala	Tipo de escala
"Estudio Comparativo de la Comunicación Interna Entre La Empresa Corisa S.A.C. y WYMI S.R.L. S.R., 2019"	Comunicación Interna	La comunicación interna para Berceño (2011) indica que la Comunicación Interna responde a la necesidad específica de las empresas de motivar e integrar a sus empleados en un entorno empresarial que a veces es cambiante. (p. 31).	En base a la comunicación interna esta será evaluada por sus dimensiones. Por lo cual se tomarán los indicadores para elaborar el cuestionario en la cual nuestra escala será tipo Likert, para luego basándonos en las respuestas analizarlas bajo el programa SPSS.	1. DIVERSIDAD DE CANALES	CONSEJOS	1,2		
					MEMORIA	3,4		
					REDES	5,6		
					ELABORACION	7,8		
					OPINACION NO VERBAL	9		
					CONVERSIÓN	10,11		
					OMISION DE CANAL	12,13		
					INFORMACION CLARA	14,15	Escala de Likert	Ordinal
					INTERACCION RECIBIDA	16,17		
					OPORTA DE DEAS	18,19		
					RETROALIMENTACION ORGANIZAM.	20,21		
					ESTADO DE ANIMO	22		
					ENTENDACION ORGANIZAM.	23,24		
					COACCION	25,26		
					ROMANIDAD	27,28		
3. DISTORSIONES DE LA COMUNICACION	29,30							
				REFERENCIA CULTURAL	29,30			



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable comunicación interna

N°	DIMENSIONES / Ítems	Puntajes ¹					Clasificación ²	Sugerencias
		0	1	2	3	4		
	DIMENSION 1: DIVERSIDAD DE CANALES							
	INDICADOR 1 : FORMALES							
1	Considero usted que los medios de comunicación empleados en su empresa son formales							
2	Mi empresa me entrega de manera formal el reglamento de operaciones y funciones							
	INDICADOR 2 : INFORMALES							
3	Se me brinda la información en el momento y lugar meaos esperado							
4	La empresa utiliza los canales de comunicación correctamente							
	INDICADOR 3 : NUMÉRICOS							
5	Considero usted que los números puedan ser motivo de conflictos							
6	La comunicación entre sus compañeros de trabajo es abierta							
	INDICADOR 4 : CAPACITACION							
7	Recibe la información necesaria para realizar eficientemente su trabajo							
8	La capacitación que recibe es constante							
	INDICADOR 5 : COMUNICACIÓN NO VERBAL							
9	Considero usted que se le presta atención al personal y a su empeño							
	DIMENSION 2: COMUNICACIÓN EN CASCADA							
	INDICADOR 6: COMPROBADO							
10	Se siente identificado con su empresa							

Anexo 05. *Detalle de confiabilidad*

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. Considera usted que los medios de comunicación empleados en su empresa son formales	110.19	66.414	.599	.813
2. Mi empresa me entrega de manera formal el reglamento de operaciones y funciones	110.19	71.255	.052	.829
3. Se me brinda la información en el momento y lugar menos esperado	111.29	74.497	-.200	.844
4. La empresa utiliza los canales de comunicación correctamente	110.19	72.153	-.032	.832
5. Considera usted que los rumores puedan ser motivo de conflictos	110.47	71.383	.065	.828
6. La comunicación entre sus compañeros de trabajo es abierta	110.14	68.849	.341	.820
7. Recibe la información necesaria para realizar eficientemente su trabajo	110.16	73.729	-.204	.834
8. La capacitación que recibe es constante	110.30	71.286	.078	.827
9. Considera usted que se le presta atención al personal y a su desempeño	110.43	63.930	.688	.807
10. Se siente identificado con su empresa	110.27	66.780	.465	.816
11. Considera usted que esta comprometido con la empresa	110.37	69.048	.275	.822
12. Considera usted que se le brinda la información necesaria para poder realizar sus labores eficientemente	110.09	70.920	.057	.831
13. Considera usted que se oculta información entre compañeros de trabajo	111.49	73.413	-.136	.838
14. Se maneja una información clara entre los colaboradores	110.14	68.153	.513	.817
15. Se me brinda una información clara sobre las labores a realizar	110.21	66.953	.599	.814
16. Las indicaciones brindadas por su jefe son claras.	110.59	62.072	.633	.806
17. Su jefe utiliza un lenguaje sencillo cuando se dirige a usted	110.59	72.246	-.040	.832

18. Las propuestas o sugerencias que le hace a sus superiores son tomados en cuenta	110.20	73.322	-.146	.834
19. Su jefe inmediato está abierto a escuchar las ideas y opiniones de sus colaboradores	110.46	70.426	.233	.823
20. Existe adecuada retroalimentación del jefe de área a los integrantes.	110.00	68.522	.490	.818
21. Se promueve discutir abiertamente las dificultades y buscar soluciones	110.34	65.678	.643	.811
22. Me considero una persona proactiva	110.40	63.548	.637	.808
23. Realizo un reporte de mis actividades aunque mi jefe no me lo solicite	110.13	68.606	.342	.820
24. La información que le brinda su jefe inmediato es clara y oportuna	110.36	60.552	.722	.801
25. Tiene la suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre el trabajo	110.84	61.845	.558	.810
26. La empresa le brinda todos los materiales para poder ejercer sus funciones	110.69	61.726	.661	.805
27. Su jefe le brinda la confianza para hablar sobre problemas de carácter personal	110.80	59.959	.738	.800
28. La empresa me confía tenemos confidenciales	110.46	65.875	.429	.816
29. La diferencia de nacionalidades genera un mal ambiente laboral	110.89	70.480	.132	.827
30. La información que se emite entre otros compañeros es organizada	110.40	63.026	.764	.804

Anexo 06: Base de datos

BASE DE DATOS DE LA EMPRESA CORSAA CONTRATISTAS GENERALES																														
VARIABLE INDEPENDIENTE "COMUNICACIÓN INTERNA"																														
	DIMENSION: DIVERSIDAD DE CANALES									DIMENSION: COMUNICACIÓN EN CASCADA														DIMENSION: DISTORSIONES DE LA COMUNICACIÓN						
	FORMALES		INFORMALES		RUMORES		CAPACITACION		COMUNICACIÓN NO VERBAL	COMPROMISO		OMISION DE DATOS		INFORMACION CLARA		INFORMACION INCORRECTA		ESCUCHA DE IDEAS		RETROALIMENTACION OPORTUNA		ESTADO DE ANIMO	INFORMACION OPORTUNA		COMODIDAD		PRIVACIDAD		DIFERENCIA CULTURAL	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	5	4	2	4	4	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	
2	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	
3	4	4	2	5	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	3	4	4	5	3	4	
4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	
5	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	2	4	4	4	2	3	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	
6	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
7	5	5	2	4	5	4	4	4	5	4	4	2	5	4	5	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	5	
8	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4
9	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	
10	4	5	2	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	
11	5	4	2	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	
12	4	4	2	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	
13	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	3	4	4	5	3	4	
14	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	
15	4	5	3	3	4	4	3	3	4	4	5	5	2	4	4	2	3	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	5	
16	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
17	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	2	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	
18	4	5	2	4	3	3	4	4	4	5	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	
19	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	
20	4	3	2	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	
21	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	
22	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	
23	4	5	2	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	
24	4	4	2	5	4	4	4	3	4	4	4	2	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	
25	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	
26	4	5	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	2	4	4	2	3	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	
27	5	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	5	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	
28	4	4	2	4	5	4	3	4	5	4	4	2	4	4	5	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	
29	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	
30	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	
31	4	4	2	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	
32	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	
33	5	3	2	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	
34	4	4	2	5	4	4	4	3	4	4	5	4	2	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	3	4	4	5	3	4	
35	4	5	3	3	4	5	4	4	4	5	4	2	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	

BASE DE DATOS DE LA EMPRESA W&M CONTRATISTAS GENERALES

VARIABLE INDEPENDIENTE "COMUNICACIÓN INTERNA"

	DIMENSION: DIVERSIDAD DE CANALES									DIMENSION: COMUNICACIÓN EN CASCADA														DIMENSION: DISTORSIONES DE LA COMUNICACIÓN						
	FOMALES		INFORMALES		RUMORES		CAPACITACION		COMUNICACIÓN NO VERBAL	COMPROMISO		OMISION DE DATOS		INFORMACION CLARA		INFORMACION INCORRECTA		ESCUCHA DE IDEAS		RETROALIMENTACION OPORTUNA		ESTADO DE ANIMO	INFORMACION OPORTUNA		COMODIDAD		PRIVACIDAD		DIFERENCIA CULTURAL	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	3	2	4	2	2	2	2	3	2	2
2	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	2	4	4	4	5	4	3	4	4	2	3	3	4	4
3	4	4	2	4	4	4	4	5	4	2	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	2	2	2	3	4
4	4	4	2	5	3	4	5	3	3	2	4	5	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	2	4	4	3
5	4	3	2	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	5	4	2	2	2	3	4	4
6	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
7	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
8	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
9	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	3	2	4	2	2	2	2	3	2	2
10	5	5	2	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	3	4	4	2	3	3	4	4
11	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	2	2	2	2	3	4
12	4	4	2	5	3	4	5	3	3	2	4	5	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	2	4	4	3
13	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	5	4	2	2	2	3	4
14	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
15	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
16	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
17	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	2	4	2	2	2	3	2	2
18	5	5	2	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	2	2	2	2	3	4
20	4	3	3	5	3	4	5	3	3	2	4	5	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	2	4	4	3
21	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	5	4	2	2	2	3	4
22	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
23	4	5	2	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
24	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
25	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
26	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
27	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
28	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	3	2	4	2	2	2	2	3	2	2
29	5	5	2	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4
30	4	3	2	4	4	4	5	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	2	2	2	2	3	4
31	4	4	4	5	3	4	5	3	3	2	4	5	2	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	2	4	4	3
32	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	5	4	2	2	2	3	4	4
33	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3
34	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	3	2	4	2	2	2	2	3	2	2
35	5	3	2	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4

Anexo 07. *Matriz de evidencias internas y externas*

Matriz de evidencias externas

Autor		Resultado
Hernandez (2013)	Plan de comunicación organizacional Para industrias garsam, s.a. de c.v.	El nivel del Plan de comunicación organizacional para industrias garsam, s.a. de c.v.es alto en un 69% y regular en un 31%.
Mercado (2014)	Diagnóstico de la comunicación interna en la empresa red Procesal a la luz de teorías y conceptos administrativos Contemporáneos	Diagnóstico de la comunicación interna en la empresa red Procesal es alto en un 44% , regular en un 53%.
Trani (2015)	La Comunicación Interna Una herramienta al servicio de las organizaciones	La comunicación interna está presente en las organizaciones españolas en una amplia mayoría, es decir un 93,9% poseen la función de comunicación interna en la organización frente al 6,1% que no la poseen.
Dominga (2018)	Estudio comparativo de la comunicación organizacional en Docentes de I.E. Red N°26, UGEL 01 San Juan de Miraflores -2017.	El 8,2 % manifiesta que la comunicación ascendente está en un nivel no favorable; el 23,5% en un nivel medianamente favorable.
Vega (2016)	Factores Estratégicos de la Comunicación Organizacional en la Municipalidad Distrital de Quiruvilca, 2016.	Un 15% de presupuesto a la comunicación interna, existe un grado de aprovechamiento de los recursos muy bueno con un 36%.
Siccha (2016)	La comunicación organizacional interna en la Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera – Trujillo, La Libertad .Año 2016.	Los mecanismos de comunicación organizacional desde la perspectiva del colaborador es de 2.8, la cual corresponde a una percepción regular.

Matriz de evidencias internas

Planteamiento	Hipótesis	Resultado
Comunicación Interna	Si existe diferencia de medianas entre La comunicación interna en las empresas CORSAA S.A.C. y W&M S.R.L, SJL, 2019	En la empresa Corsaa Contratistas Generales SAC, el 90.3% considera que la comunicación interna es óptima. En la Empresa W&M Contratistas Generales SRL, los encuestados manifiestan que el 81,6% la comunicación es regular
Diversidad de canales	Existe diferencia de medianas entre la diversidad de canales en la comunicación interna de las empresas	En la empresa W&M Contratistas Generales SRL., el 100.0% considera que la diversidad de canales es óptima. En la Empresa Corsaa Contratistas Generales SAC. Los encuestados manifiestan que el 100.0% es regular.
Comunicación en cascada	Existe diferencia de medianas entre la comunicación en cascada en la comunicación interna de las empresas	En la empresa Corsaa Contratistas Generales SAC, el 82,6% considera que la comunicación en cascada es óptima. En el caso de la Empresa W&M Contratistas Generales SRL, los encuestados manifiestan que el 65,2% es regular.
Distorsiones de la comunicación	Existe diferencia de medianas entre las distorsiones de la comunicación en la comunicación interna de las empresas.	En la empresa Corsaa Contratistas Generales SAC, el 81,4% considera que las distorsiones de la comunicación son óptima, mientras que en la empresa W&M Contratistas Generales SRL, el 18,6% considera que es óptima



Declaratoria de Originalidad del Autor / Autores

Nosotros, HURTADO COSME, MIRIAM Y ABANTO BUENO, MABEL estudiante(s) de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan al Trabajo de Investigación / Tesis titulado: " ESTUDIO COMPARATIVO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA ENTRE LA EMPRESA CORSAA S.A.C. Y WYM S.R.L. SJL. 2019" es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que el Tesis:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Apellidos y Nombres del Autor	Firma
HURTADO COSME, MIRIAM DNI: 77471031 ORCID: 0000-0001-6735-5728	

Apellidos y Nombres del Autor	Firma
ABANTO BUENO, MABEL DNI: 75210454 ORCID: 0000-0002-1585-9710	