



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

Valoración de la comunicación interna en los colaboradores de la  
empresa Staff de Negocios, Surquillo, 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**AUTORA:**

Malásquez Reyes, Carla Elena (ORCID: [0000-0001-5418-216X](https://orcid.org/0000-0001-5418-216X))

**ASESOR:**

Mg. Argote Moreau, Javier Ernesto (ORCID:0000-0002-5950-7848)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

**LIMA - PERÚ**

**2021**

## **Dedicatoria**

Esta tesis está dedicada a mi madre Rosa Reyes, quien siempre estuvo a mi lado en todo momento.

### **Agradecimiento**

Agradezco a mis familiares a mis amigos que me ayudaron en todo momento, a mis maestros por estar en cada paso de mi carrera.

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Resumen.....	vi
Abstract .....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	3
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	11
3.2. Variable y operacionalización .....	11
3.3. Población, muestra y muestreo .....	11
3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos.....	12
3.5. Procedimientos .....	15
3.6. Método de análisis de datos .....	15
3.7. Aspectos éticos.....	15
IV. RESULTADOS .....	16
V. DISCUSIÓN.....	20
VI. CONCLUSIONES.....	25
VII. RECOMENDACIONES .....	26
REFERENCIAS.....	27
ANEXOS	

## Índice de tablas

Tabla 1: Datos de los validadores	13
Tabla 2: Coeficiente V de Aiken	13
Tabla 3: Niveles de confiabilidad	14
Tabla 4: Estadísticas de fiabilidad	14
Tabla 5: Tabla de la variable	16
Tabla 6: Tabla de la primera dimensión	17
Tabla 7: Tabla de la segunda dimensión	18
Tabla 8: Tabla de la tercera dimensión	19
Tabla 9: Tabla de la cuarta dimensión	20

## **Resumen**

La presente investigación tuvo como objetivo general describir la valoración de la comunicación interna en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios S.A.C, Surquillo, 2021. La teoría en la que se justificó este estudio fue la del funcionalismo, la cual se fundamenta en la manera en la cual está organizado una entidad y que por medio de la comunicación que existen entre los trabajadores que la conforman se pueden alcanzar objetivos que beneficien a todos como corporación. La metodología empleada fue el enfoque cuantitativo de nivel descriptivo simple con diseño no experimental de cohorte transversal. El instrumento fue un cuestionario de 20 preguntas y como técnica se aplicó la encuesta. A nivel general, se concluyó que un 50,75% del total de colaboradores de la empresa Staff presentó una alta valoración de la comunicación interna, a comparación de un 7.9% del total que presentaron una muy baja valoración de la comunicación interna; esto se debió a que, el 50.75% presentó una alta valoración operativa (62%), seguido de la valoración motivacional (59.60%), a nivel estratégico (47%) y finalmente tenemos a la valoración cultural con un (35.3%).

Palabras clave: Valoración de la comunicación interna, valoración operativa, estratégica, cultural, motivacional.

## **Abstract**

The present research had the general objective of Describing the assessment of internal communication in the employees of the company Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021. The theory in which this study was justified was that of functionalism, which is based on the way in which an entity is organized and that through the communication that exist between the workers that make it up, objectives that benefit everyone as a corporation can be achieved. The methodology used was the quantitative approach of a simple descriptive level with a non-experimental design and a cross-sectional cohort. The instrument was a questionnaire with 20 questions and the survey was applied as a technique. At a general level, it was concluded that 50.75% of the total employees of the Staff company present a high valuation of internal communication, compared to 7.9% of the total presented a very low valuation of internal communication. This was due to the fact that 50.75% presented a high operational assessment (62%), followed by motivational assessment (59.60%), at a strategic level (47%), finally we have cultural assessment with (35.3%).

**Keywords:** Internal communication assessment, operational, strategic, cultural, motivational assessment.

## I. INTRODUCCIÓN

Las grandes, medianas y pequeñas organizaciones durante los últimos años han presentado cambios en su forma de trabajo y eso se debe a la manera en la que se transmiten los mensajes entre sus miembros colaboradores. Es indispensable para dichas compañías, tener presente el tema de la comunicación interna ya que, a nivel mundial, en países europeos se ha visto que poco o nada se ha valorado en ese aspecto de la comunicación. Zamora (2017) explica que en algunas empresas españolas existen colaboradores que no están del todo comprometidos con su trabajo, ya que ni siquiera están identificados con la empresa en la cual laboran y consideran que más son el número de trabajadores que colaboradores, quienes muy poco dan importancia a la comunicación interna debido a la ausencia de la misma, y por tal razón no se sienten motivados para desarrollar a plenitud sus habilidades y destrezas. A comparación del contexto norteamericano ellos tienen a EMPLOYEE APP, el cual es una plataforma bastante conocida y muy seguida por trabajadores de dicha nación que aspiran a reforzar el nivel de comunicación interna en las entidades en la cual laboran y gracias a ella han logrado mantener el nivel de valoración de dicha variable por lo cual han alcanzado el éxito que anhelan.

A nivel nacional, lamentablemente vemos que la situación es totalmente distinta en muchas empresas, ya que la valoración de la comunicación interna no se ha trabajado, ni se toma en cuenta como una herramienta clave para mantener una armonía a nivel operativo, estratégico, cultural y motivacional que hagan que los trabajadores se desempeñen de manera abierta y se puedan comunicar sin barreras que entorpezcan sus tareas y que con el tiempo pasen de ser trabajadores a colaboradores. Para Bateson y Ruesch (1984) la comunicación a nivel interno, es la base fundamental de todas las labores que hacen posible el logro de los objetivos trazados en una entidad.

Una de esas empresas es Staff de Negocios, la cual tiene diez años en el rubro de productora de eventos corporativos y durante esos años poco o nada hacían uso de la comunicación interna, pero desde que comenzó la pandemia, esta entidad empezó a valorarla y hasta la actualidad se puede percibir que gracias a esta herramienta se ha logrado mantener la armonía entre sus colaboradores y gracias

a ello se ha logrado trabajar y alcanzar con éxito los objetivos de dicha entidad. Por esa razón, se planteó el presente problema general: ¿Cuál es la valoración de la comunicación interna en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021? Y como problemas específicos: ¿Cuál es la valoración operativa en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021?, ¿Cuál es la valoración estratégica en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021?, ¿Cuál es la valoración cultural en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021? y ¿Cuál es la valoración motivacional en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021?

Este proyecto de investigación se justificó en la teoría del funcionalismo, la cual enseña que el éxito de toda compañía radicarán en el buen desempeño que se realice en razón del trabajo en equipo y esto solo puede lograrse por medio de las buenas relaciones que puedan existir entre los elementos que conforman una entidad la cual ofrezca un producto o servicio.

A nivel metodológico, esta investigación se justificó porque empleó el enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo simple y como diseño de investigación al estudio no experimental de cohorte transversal.

A nivel práctico, esta investigación quiso describir la trascendencia que tiene la comunicación interna para que las empresas en nuestra sociedad la tomen más en cuenta, especialmente en una coyuntura mundial tan difícil como en el que vivimos actualmente y además servirá como un informe para que la empresa Staff de Negocios ubicada en el distrito de Surquillo conozca la importancia de la comunicación interna y sepa como esta se encuentra presente actualmente en los miembros que la conforman.

Por tal razón, se planteó como objetivo general: Describir la valoración de la comunicación interna en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios S.A.C, Surquillo, 2021. Asimismo, planteamos los siguientes objetivos específicos: Describir la valoración operativa en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios S.A.C, Surquillo, 2021, describir la valoración estratégica en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios S.A.C, Surquillo, 2021, describir la valoración cultural en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios S.A.C,

Surquillo, 2021 y describir la valoración motivacional en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios S.A.C, Surquillo, 2021.

## **II. MARCO TEÓRICO**

La comunicación interna como hemos visto en nuestra realidad problemática, es toda aquella comunicación que está presente en el escenario que conforma una entidad, dicho de otro modo; esta comunicación se caracteriza por ser multidireccional, puesto que el éxito de una organización dependerá de que los trabajadores valoren esta herramienta. A continuación, se presenta los antecedentes nacionales e internacionales, los cuales sirven de base teórica para esta investigación.

Sandoval (2017) en su investigación realizada a los trabajadores de la Municipalidad de Comas en mayo del 2017 donde el objetivo general fue la descripción de las características de la comunicación interna en base a los flujos de la comunicación, las barreras de la comunicación y la retroalimentación. Dicho estudio pudo llegar a la conclusión de que entre los colaboradores de la Municipalidad de Comas la comunicación interna presentaba algunas deficiencias las cuales se podrían mejorar de alguna manera ya que la respuesta otorgadas por los trabajadores en las encuestas arrojó que la comunicación interna no es tan mala, pero se debe tomar en cuenta algunos puntos para mejorar el desempeño laboral. Esto se puede corroborar ya que el 49% de los trabajadores indican que casi siempre el jefe utiliza un lenguaje apropiado al dirigirse de alguna manera a su persona mientras que el 22% señala algunas veces y un 23% indica que siempre.

León (2018) en su investigación analizo a los integrantes de la comunidad educativa del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Bagua en Amazonas la cual tuvo como objetivo analizar el nivel de comunicación interna de sus integrantes en base a la valoración operativa, estratégica, aprendizaje, motivacional, inteligencia, valorativa y esencial. La metodología que empleo fue el enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo simple y como diseño de investigación al estudio no experimental. El autor de dicha investigación llevo a los resultados de que los niveles de la comunicación interna en sus distintas dimensiones fue que el 31.8% de la dimensión operativa es deficiente, la dimensión estratégica es regular

ya que alcanzo un 36.4%, la motivacional con un 36.4% siendo de un nivel deficiente, de igual manera con 36.4% la dimensión aprendizaje y la dimensión inteligencia un nivel deficiente con un 31.8%.

Polo (2020) en su investigación tuvo como objetivo describir la Comunicación Laboral Interna en colaboradores del Colegio Deportivo Adeu, en base a las dimensiones descendente, ascendente y horizontal. La metodología que empleo fue de cohorte transversal, de enfoque cuantitativo y tipo básico, con un diseño no experimental de nivel descriptivo simple. El resultado que llevo este estudio fue que el nivel medio en la Comunicación Laboral Interna fue de un 52,4%, en la Comunicación Descendente fue de un 47,6%, y en la Comunicación Ascendente fue de un 57,1%, mientras que el nivel alto predominó solo en la Comunicación Horizontal fue de un 42,9%. Este estudio concluyó que existen indicadores que necesitan mejorar en la comunicación descendente y ascendente, y que los hombres presentan una ligera tendencia a presentar niveles más altos de comunicación laboral interna y comunicación descendente que las mujeres.

Pacheco (2017) planteó como objetivo principal describir la comunicación interna entre los trabajadores de la institución educativa Master Ingenieros del distrito de San Juan de Lurigancho durante el año del 2017, mediante los diferentes tipos de comunicación interna, formas de la comunicación interna y los medios de la comunicación interna. La metodología que empleo fue diseño no experimental de cohorte transversal de nivel descriptivo simple y enfoque cuantitativo. Este estudio llevo a la siguiente conclusión que de la población total de trabajadores un 64.3% señala que casi siempre se daba la comunicación interna, solo a veces señalo un 28.57% de los trabajadores. Determinando que de esta manera que la comunicación interna dentro de esta institución es medianamente aceptable.

Bustamante (2018) su investigación se basó en los trabajadores de la Universidad nacional de Santa en el cual el objetivo fue identificar los medios de comunicación interna aceptados por el personal en base a las dimensiones: informativa, normativa, motivacional y pertenencia. La metodología que se empleo fue de nivel descriptivo simple, enfoque cuantitativo y no experimental. La cual pudo llegar a la conclusión de que del total de encuestados solo el 27.6% acepta las líneas telefónicas como medio de comunicación interna ya que su resultado es el

más inmediato, otra parte de los encuestados señala que la reunión de trabajo son un medio de comunicación interna más claro para transmitir un mensaje esto fue el 25.8%, el 30.2% indica que el más efectivo es el memorándum como medio de comunicación interna. En la dimensión normativa el 44.9% de la población afirma que el manual de funciones el medio de comunicación que proporciona más detallada de la normativa del centro de labores, mientras que el 32.9% del personal indica que el memorándum es el mejor medio en relación a la comunicación interna, el 43.1% indico las reuniones de trabajo, finalmente la dimensión de pertenencia el 37.8% acepta como medio de comunicación interna a la capacitación laboral, un 30,7% el memorándum ya que le general una responsabilidad mayor y un 36.4% se siente más identificado con las reuniones de trabajo.

A continuación, se presenta los antecedentes internacionales de esta investigación.

Herrera (2021) tuvo como objetivo general proponer un plan de fortalecimiento para mejorar la motivación laboral y controlar la comunicación dentro de la organización, dicha investigación es de nivel correlacional, enfoque cuantitativo y diseño no experimental, los cuales arrojaron como resultado que dentro de la empresa la comunicación interna no está influyendo del todo ya que eso se vio reflejado en los resultados, otra parte de la población que es un 9% indica que la comunicación interna siempre influye en el equipo de trabajo, a veces señalo solo un 4% y el 87% señalo que nunca. Se apreció que cada empleado desconocía ciertos aspectos de la compañía y por tal motivo no había un buen clima laboral, debido a que no se consideraba las capacidades, ni se organizaban con propiedad la labora que cada miembro debía desempeñar y eso provocaba una carencia de motivaciones e identidad para con la compañía.

Thelen (2020) en su artículo tuvo como finalidad describir el rol fundamental de la comunicación interna en los empleados de las entidades en los aspectos individuales, organizacionales y grupales. La metodología que empleo el autor fue el enfoque cuantitativo de nivel exploratorio de tipo básico con diseño no experimental y cohorte transversal. El resultado que se obtuvo fue que de los 25 trabajadores que se encuestaron un 15% del total dijeron que la comunicación interna presentaba un rol importante en el trabajo a modo individual; un 5% del total de encuestados aseguraron que la comunicación interna cumplía un rol más

fundamental en el área organizacional y otro 5% aseguro que la comunicación interna cumplía un rol clave en el trabajo grupal.

Javadi (2019) en su artículo tuvo como finalidad identificar los atributos críticos de la comunicación interna y el compromiso de los empleados y conocer el impacto de las comunicaciones internas en la cooperación de cada empleado en las entidades petroquímicas iraníes. La metodología empleada en este estudio fue el enfoque cuantitativo de nivel correlacional con diseño no experimental. El resultado que llego esta investigación fue que existe una correlación positiva baja de 0,317 entre la comunicación interna y el compromiso de los empleados de las empresas petroquímicas iraníes.

A continuación, se menciona a la teoría que fundamentó esta investigación: La teoría del funcionalismo.

Cowan (2019) explica que el funcionalismo se fundamenta en la manera en la cual está organizado una entidad y que por medio de la comunicación que existen entre los trabajadores que la conforman se pueden alcanzar objetivos que beneficien a todos como corporación. El autor enseña que lo seres humanos somos seres gregarios por naturaleza y que por dicha razón siempre se tiende a interactuar con las personas que conforman una entidad.

Amodio (2016) explica que la teoría del funcionalismo destaca la trascendencia que tiene la comunicación a nivel organizacional sea que dicha comunicación fuese escrita u oral y que mientras todos empleen el mismo código y lenguaje no habrá barreras que puedan entorpecer el desempeño entre los miembros, de modo que alcancen cada objetivo en la entidad en la que la laboran.

Gracias a esta teoría, se pudo sustentar cómo es que la comunicación interna es un instrumento de gran valor y que debe ser considerado en las empresas, especialmente hoy en día en donde se vive una coyuntura totalmente diferente a la de otros años. En el presente estudio se demostrará mediante la descripción de los resultados que se alcanzarán en base a los objetivos de este estudio cómo es que se presenta la valoración de la comunicación interna de la empresa Staff de Negocios ubicada en el distrito de Surquillo en base a la valoración operativa, estratégica, cultural y motivacional.

A continuación, se presenta el concepto de la variable y de las dimensiones de la presente investigación.

Para Del Pozo (2015) la comunicación interna es una técnica que consiste en compartir actividades en común y desempeñarlas mediante el uso de un lenguaje en el cual todos los elementos de una organización puedan entenderlas y así alcanzar fines en común

Por otro lado, Formanchuk (2010) afirma que la comunicación interna es una herramienta valiosa que debe tenerse en cuenta en todas las empresas, ya que el éxito de las mismas dependerá mucho de los tipos de comunicación que exista entre los trabajadores, los cuales tienen objetivos en común.

Así mismo Meneses (2014) afirma que la comunicación interna es un tema de suma importancia en toda empresa, porque en ella se establecen los códigos de los colaboradores de la misma deben dominar y comprender entre sí, de modo que el ambiente laboral sea equilibrado tanto en empleados como jefes.

Del mismo modo, Andrade (2005) define que la comunicación interna es aquella labor que realizan las empresas, mediante códigos que solo sus elementos conocen, con el propósito de diseñar y establecer un buen clima laboral entre ellos y que el objetivo de la misma sea alcanzado gracias a cada tarea desempeñada por cada trabajador.

Para Malhotra y Ackfeldt (2016) la comunicación interna tiene la función de fortalecer cada área que conforma una entidad, haciendo que sus miembros valoren a la misma y que a la vez se sientan valorados porque saben que sus funciones son importantes y que de su desempeño y buena relación entre sus compañeros, dependerá que los objetivos sean alcanzados.

Así mismo, Chen (2017) define a la comunicación interna como la característica principal que hace posible la unión entre los trabajadores que conforman una organización mediante el uso de un mismo lenguaje que les permita relacionarse sin problemas en sus labores como entidad.

Por otro lado, Tessi (2012) entiende que la comunicación interna en una empresa tiene éxito desde el momento en que sus trabajadores se sienten

escuchados por sus jefes y sienten que sus ideas son tomadas en cuenta a la hora de tomarse decisiones en beneficio de todos.

Según Fernández (2012) la comunicación interna contribuye en el equilibrio de todas las áreas que conforman una organización, de tal modo que tanto empleados como trabajadores valoren por igual los aspectos culturales, motivaciones, estratégicos y operativos de la compañía.

Sin embargo, Verčič et al. (2012) entienden que la comunicación interna debe equilibrar las funciones que cada elemento debe cumplir para alcanzar los objetivos de la organización.

Para Elías y Mascaray (1998) explican que la comunicación interna da la posibilidad de generar cambios que ayuden a que el lenguaje técnico que se emplee sea comprendido tanto para jefes como para empleados.

Así mismo Peña-Acuña, et al. (2017) nos dicen que la comunicación interna tiene éxito cuando se emplean ciertas estrategias que ayuden a fortalecer a la misma a nivel motivacional, cultural, operativo y estratégico y así se logren las metas trazadas por la compañía.

Del mismo modo, Popescu (2017) entiende como comunicación interna al conjunto de mensajes que se transmiten de manera multidireccional en el interior de una empresa.

De acuerdo con, Morales (2001) sustenta que la comunicación interna propone tres funciones fundamentales, los cuales son: informar a los miembros de la compañía en cómo deben trabajar, para luego puedan responder mediante su producción de trabajo y finalmente reciban una respuesta por parte de los jefes acerca del desempeño que cumplan en la compañía.

Para Formanchuk (2010) explica que la valoración operativa se encarga de que los colaboradores de una empresa estén capacitados en las labores diversas que se realizan en la entidad a la cual representan. Para ello es necesario que los jefes den a conocer a sus trabajadores sobre el historial de la compañía y conozcan cuales son las misiones que desempeña cada colaborador en la empresa.

Por otra parte, Formanchuk (2010) explica que la valoración estratégica tiene la función de monitorear que cada trabajador realice de modo eficiente sus labores, ya que ha entendido sin problema cual es la misión y visión que tiene la entidad la cual representa.

Así mismo Formanchuk (2010) explica que la valoración cultural está emparentada con la valoración operativa y estratégica, puesto que cada trabajador al haber sido capacitado por la empresa y siendo consciente de que la misma lo monitorea, este debe actuar y comunicarse en base a normas, principios y valores.

Para Villafañe (2004) la valoración cultural consiste en que cada miembro se sienta identificado con la compañía de acuerdo a las normas y principios que esta posee y demanda que sus empleados se rijan a dichos preceptos.

Según Formanchuk (2010) explica que la valoración motivacional tiene la función de revisar que cada trabajador posea el deseo de desempeñar sus funciones de manera asertiva, puesto que; sabe que si en determinado caso alguno detectase algún problema, todos buscarían soluciones para evitar interferencias en la comunicación y así mantener la satisfacción de lograr méritos a favor de la organización.

Para Formanchuk (2010) explica que la información de la organización es el cómo es la empresa, a que rubro se dedica, a quiénes se dirige como cliente, qué servicio ofrece, da conocimiento de quienes los dueños de la organización, quiénes son las cabezas de equipo, cuales son los miembros de la empresa, cual es el estado económico de la empresa, etc.

Formanchuk (2010) explica que la Información del trabajo es indicar el área en el cual va a trabajar, es decir, que de acuerdo a sus capacidades tendrá un espacio en la organización, además de rendir cuentas en compañía de sus colegas con los cuales realiza tareas en un horario con códigos y normas que obedecen a un procedimiento con mucha responsabilidad.

Por otra parte, Formanchuk (2010) indica que cada objetivo de la organización indica la dirección a la cual se aproxima la compañía de acuerdo a su misión y visión.

De igual forma Formanchuk (2010) indica que los objetivos personales son aquellas finalidades del área como por ejemplo las funciones de cada encargado, el cual conoce sus objetivos a modo personal y como estos aportan a llegar a objetivos de carácter colectivo.

Así mismo Formanchuk (2010) indica que los valores generar un vínculo para que sus miembros se involucren plenamente con sus labores y se sientan honrados y estimados por su desempeño.

Por lo tanto, Formanchuk (2010) afirma que las normas nos indica los procedimientos, lugares, horarios, normativas y códigos que dicen lo que está permitido y lo que no está permitido hacerse en la empresa.

Para Formanchuk (2010) indica que la empresa surge con cada principio, y que estos son los que rigen las consecuencias en base a las actitudes que toma cada trabajador. Toda empresa nace con principios y como tal debe de informar a sus miembros de modo que crezca una atracción fuerte que los ponga en unidad.

Así mismo Formanchuk (2010) afirma que el indicador logro hace que lo colaboradores logren identificarse con orgullo por ser parte de la compañía.

Por lo tanto, Formanchuk (2010) indica que el indicador oportunidad de crecimiento genera la necesidad u oportunidad de concretar un crecimiento laboral dentro de la organización.

Por ultimo Formanchuk (2010) indica que la dimensión denominada acciones implementa dentro de la comunicación interna un sistema de estrategias que están relacionadas con los objetivos que deben cumplir cada miembro de la entidad, sabiendo las razones del porque lo hacen y para que puedan ver que la empresa es justa, confiable y transparente.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

Este estudio fue de tipo básica. Para Cazau (2016) define a este tipo de investigación como aquel estudio que aporta un conocimiento nuevo que estará sustentado en un conocimiento que ya se conocía previamente. El presente estudio sustentara sus resultados en base al marco teórico realizado en esta investigación.

El diseño de presente estudio fue no experimental. De acuerdo con, Ramírez (2015) explica que este diseño se caracteriza por limitarse en describir los resultados alcanzados en una investigación en base a la medición de la variable estudiada, mas no se encarga de cambiar o alterar dichos resultados empleando alguna solución que cambie dicha realidad. El presente estudio tuvo como objetivo describir la valoración de la comunicación interna en base a los colaboradores de la empresa Staff de Negocios, mas no se tiene la intención de alterar de manera deliberada dichos datos.

#### **3.2. Variable y operacionalización**

El presente estudio midió a la variable valoración de la comunicación interna, la cual tuvo como dimensiones: la valoración operativa, la valoración estratégica, la valoración cultural y la valoración motivacional. Dichas dimensiones están fundamentadas en el libro del autor Alejandro Formanchuk en su texto Comunicación interna 2.0, cuya matriz de operacionalización define tanto la variable como las dimensiones e indicadores.

#### **3.3. Población, muestra y muestreo**

De acuerdo con Monje (2018) una población es aquel universo que puede ser finito o infinito, en el cual integra un conjunto de elementos con características, gustos, vivencias y costumbres como común denominador. Este estudio tendrá como población a los cincuenta colaboradores de la empresa Staff de Negocios.

Esta investigación no empleó muestra, puesto que se trabajó con toda la población. La cantidad de personas que conformaron la población se justificó por medio de la base de datos de la empresa Staff de negocios, en la cual está la relación de elementos que la conforman.

### **3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos**

La técnica que se empleó en este estudio fue la encuesta. Ramírez (2015) explica que esta técnica consiste en entregar un listado de preguntas a un grupo de personas, con la finalidad de que estos respondan de manera asertiva y se pueda graficar dichas respuestas e base a una variable de estudio. Del mismo modo Naresh (2014) explica que las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica.

La encuesta fue realizada de manera virtual, debido a la coyuntura actual del COVID-19.

Del mismo modo se tuvo como instrumento de recolección de datos a un cuestionario de preguntas. De acuerdo con, Hernández, *et al.* (2018) afirman que este instrumento es la herramienta ideal para obtener datos a nivel descriptivo en razón de un grupo de personas que se concentran un mismo lugar. Por otro lado, Fidas (2012) el cuestionario es la modalidad de entrevista que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o papel en formato contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario administrativo porque debe ser llenado por el mismo encuestado sin intervención del encuestador.

El cuestionario estuvo conformado por un total de 20 preguntas, las cuales se digitaron de manera virtual, para que los encuestados pudiesen responder sin ningún inconveniente.

#### **3.4.1 Validez**

El método del coeficiente V de Aiken fue la fórmula que ayudó a determinar la validez del instrumento, luego de que este fue analizado por un grupo de 3 expertos.

**Tabla 1:***Datos de los validadores*

Grado académico	Nombre del experto	Universidad en la que labora
Magister en comunicaciones	Zamora Dávila, Luis Humberto	UCV – Lima Norte
Magister en comunicaciones	Rubio García, Rocío Brígida	UCV - UNFV
Magister en comunicaciones	Pérez Osorio, Jeanette	UPN

*Fuente:* SUNEDU.

Para Hernández, *et al.* (2018) explican que la validez de un instrumento es aquel paso que da el valor al mismo en base al criterio que un grupo de maestros en la materia en la que se estudia considera que es claro, factible y pertinente de ser empleado para recoger información valiosa que ayude a alcanzar los objetivos trazados en una investigación y si en caso los expertos coinciden en que se deben hacer cambios en común, el investigador debe tomar en cuenta dichas observaciones para luego levantarlas.

**Tabla 2:***Coefficiente V de Aiken*

<b>COEFICIENTE DE VALIDACIÓN</b>					
Preguntas	<b>Enfoque cuantitativo</b>			Suma	V
	Mg. Zamora Davila, Luis Humberto	Mg. Rubio García, Rocío Brígida	Mg. Pérez Osorio, Jeanette		
ÍTEM 1	1	1	1	3	100%
ÍTEM 2	1	1	1	3	100%
ÍTEM 3	1	1	1	3	100%
ÍTEM 4	1	1	1	3	100%
ÍTEM 5	1	1	1	3	100%
ÍTEM 6	1	1	1	3	100%
ÍTEM 7	1	1	1	3	100%
ÍTEM 8	1	0	1	2	67%
ÍTEM 9	1	1	1	3	100%
ÍTEM 10	1	1	1	3	100%
Validación a nivel de 3 expertos					97%

*Fuente:* Elaboración propia.

La calificación del instrumento se puso a prueba en base al criterio de los 3 expertos, donde se arrojó un total de 97% en el coeficiente V de Aiken, lo cual significó que fue altamente valorado y aprobado para aplicarse en nuestro estudio.

### 3.4.2 Confiabilidad

El instrumento del presente estudio fue puesto a prueba a una muestra de 10 personas de nuestra población, para luego procesar los datos con los cuales se pudo aplicar el Alfa de Cronbach.

**Tabla 3:**

*Niveles de confiabilidad*

Rangos	Magnitud
0.01 a 0.20	Confiabilidad nula
0.21 a 0.40	Confiabilidad baja
0.41 a 0.60	Confiabilidad regular
0.61 a 0.80	Confiable
0.81 a 1	Altamente confiable

Fuente: Hernández, *et al.* (2018). *Metodología de la Investigación*. Distrito Federal, México: McGRAW-Hill / Interamericana Editores.

A continuación, se presenta el resultado de la prueba de confiabilidad que obtuvimos en base a la muestra de diez personas de nuestra población de estudio.

**Tabla 4:**

*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,885	20

*Fuente:* Elaboración propia.

Según el resultado por parte de la muestra piloto, podemos ver que se alcanzó un total de 0, 885; lo cual, de acuerdo a la tabla de niveles de confiabilidad, el instrumento es altamente confiable.

### **3.5. Procedimientos**

Para la realización del presente estudio se seleccionó estudios nacionales y extranjeros para saber cómo se había manejado a la variable de estudio en dichas realidades problemáticas, para luego realizar las matrices las cuales están fundamentadas en entendidos en la comunicación corporativa. Después se elaboró el instrumento en base a la matriz operacional para ser validado por un grupo de maestros en la rama, así como también se puso a prueba la fiabilidad de la misma encuestando a una muestra piloto de 10 colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en la Av. República de Panamá #4093 of 201 A en el distrito de Surquillo. Cabe resaltar que esta investigación presenta un permiso para encuestar a dicha población

### **3.6. Método de análisis de datos**

Una vez que se realizaron las encuestas a los colaboradores de la empresa staff de negocios, se procedió a aplicar el método estadístico de las frecuencias con la cual se pudo tabular y graficar cada resultado obtenido por cada ítem. Luego con dichas tablas, se aplicó método estadístico de la media aritmética, con el cual se pudo promediar las tendencias centrales a nivel de la variable y dimensiones, pues los tales respondieron al objetivo general y específicos de este estudio.

### **3.7. Aspectos éticos**

Esta investigación se realizó respetando los principios de autonomía, justicia, beneficencia y no maleficencia. De acuerdo con Siurana (2017) nos explica que el principio de autonomía es un criterio que se fundamenta en la dignidad de los derechos de autor. La justicia es entendida como la sanción o el premio que un tesista recibe de acuerdo a sus actitudes. Del mismo modo se entiende por beneficencia a la virtud que tiene el tesista por reconocer mediante el empleo de citas la originalidad de otros autores y por último se entiende por no maleficencia en no causar daños a la obra de otros autores.

Cabe destacar que esta investigación dejó en claro su originalidad presentando su reporte de turnitin.

#### IV. RESULTADOS

Con respecto al objetivo general del presente estudio: Describir la valoración de la comunicación interna en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021, se obtuvo el siguiente resultado:

**Tabla 5:** Tabla de la variable

Valoración de la comunicación interna		Valoración operativa	Valoración estratégica	Valoración cultural	Valoración motivacional	Total
		%	%	%	%	V %
Muy baja	Nunca	0	0	6	0	1.5
Baja	Casi nunca	0	5.5	17.66	0	5.79
Media	A veces	38	47.5	42	40.33	41.95
Alta	Casi siempre	45	35	22.33	21.66	31
Muy alta	Siempre	17	12	12	38	19.75

Fuente: *Elaboración propia.*

**Descripción:** Con respecto a la variable, se observó que un 19.75% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicado en Surquillo, presentaron una muy alta valoración de la comunicación interna, un 31% del total presentaron una alta valoración en relación a la comunicación interna, un 41,95% una valoración media, 5.79% una valoración baja y un 1.5 % una valoración muy baja.

**Interpretación:** Podemos inferir que un 50,75% del total de colaboradores de la empresa Staff presenta una alta valoración de la comunicación interna, a comparación de un 7.9% del total presentaron una muy baja valoración de la comunicación interna. Esto se debió a que el 50.75% presento una alta valoración operativo (62%), seguido de la valoración motivacional (59.60%), a nivel estratégico (47%), finalmente tenemos a la valoración cultural con un (35.3%).

Con respecto al primer objetivo específico del presente estudio: Describir la valoración operativa en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021, se obtuvo el siguiente resultado:

**Tabla 6:** Tabla de la primera dimensión

Valoración operativa		Información de la organización		Información del trabajo		Total D1 %
		P1 %	P2 %	P3 %	P4 %	
Muy baja	Nunca	0	0	0	0	0
Baja	Casi nunca	0	0	0	0	0
Media	A veces	64	4	46	38	38
Alta	Casi siempre	36	62	32	50	45
Muy alta	Siempre	0	34	22	12	17

Fuente: *Elaboración propia.*

**Descripción:** Con respecto a la primera dimensión, se observó que un 17% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicado en Surquillo, presentaron una muy alta valoración operativa, un 45% del total presentaron una valoración alta y un 38% una valoración media.

**Interpretación:** Podemos inferir que 62% del total de colaboradores presento una alta valoración operativa y un 38% una mediana valoración operativa dentro de la empresa Staff de Negocios ubicado en Surquillo, debido a que más de la mitad asevera que hay una buena organización y un buen recibimiento de información entre jefes y colaboradores.

Con respecto al segundo objetivo específico: Describir la valoración estratégica en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021, se obtuvo el siguiente resultado:

**Tabla 7:** Tabla de la segunda dimensión

Valoración estratégica		Objetivos de la organización		Objetivos personales		Total D2 %
		P5 %	P6 %	P7 %	P8 %	
Muy baja	Nunca	0	0	0	0	0
Baja	Casi nunca	0	22	0	0	5.5
Media	A veces	28	44	60	58	47.5
Alta	Casi siempre	60	22	28	30	35
Muy alta	Siempre	12	12	12	12	12

Fuente: *Elaboración propia.*

**Descripción:** Con respecto a la segunda dimensión, se observó que un 12% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicado en Surquillo, presentaron una muy alta valoración estratégica, un 35.5% del total presentaron una valoración alta, un 47.5% una valoración media y un 5.5% una valoración baja.

**Interpretación:** Con respecto a la segunda dimensión, se observó que un 47% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicado en Surquillo, presentaron una muy alta valoración estratégica, un 47.5% del total presentaron una valoración media a nivel estratégico y un 5.5% una baja valoración. Esto se debió a que hubo una valoración aceptable en los indicadores objetivos de la organización y objetivos personales por parte de la mayoría.

Con respecto al tercer objetivo específico: Describir la valoración cultural en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021, se obtuvo el siguiente resultado:

**Tabla 8:** Tabla de la tercera dimensión

Valoración cultural		Valores		Normas		Principios		Total
		P9	P10	P11	P12	P13	P14	
		%	%	%	%	%	%	D3 %
Muy baja	Nunca	22	0	0	14	0	0	6
Baja	Casi nunca	2	38	22	44	0	0	17.66
Media	A veces	30	30	46	30	60	56	42
Alta	Casi siempre	32	18	18	10	26	30	22.33
Muy alta	Siempre	14	14	14	2	14	14	12

Fuente: *Elaboración propia.*

**Descripción:** Con respecto a la tercera dimensión, se observó que un 12% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicado en Surquillo, presentaron una muy alta valoración cultural, un 22.33% del total presentaron una valoración alta, el 42% presento una valoración media, un 17.66% una valoración baja y 6% una valoración muy baja.

**Interpretación:** Con respecto a la tercera dimensión, se observó que un 24% de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC presentaron una alta

valoración cultural, un 42% una valoración media y un 21,6% una valoración baja debido a que cerca del total a penas se sentía identificado con los valores, normas y principios de la institución.

Con respecto al cuarto objetivo específico: Describir la valoración motivacional en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021, se obtuvo el siguiente resultado:

**Tabla 9:** Tabla de la cuarta dimensión

Valoración motivacional		Logros		Oportunidades de crecimiento		Acciones		Total D3 %
		P15	P16	P17	P18	P19	P20	
		%	%	%	%	%	%	
Muy baja	Nunca	0	0	0	0	0	0	0
Baja	Casi nunca	0	0	0	0	0	0	0
Media	A veces	58	56	48	20	26	34	40.33
Alta	Casi siempre	30	16	38	12	6	28	21.66
Muy alta	Siempre	12	28	14	68	68	38	38

Fuente: *Elaboración propia.*

**Descripción:** Con respecto a la cuarta dimensión, se observó que un 38% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicado en Surquillo, presentaron una muy alta valoración motivacional, un 21.66% del total presentaron una valoración alta y el 40.33% presento una valoración media.

**Interpretación:** Con respecto a la tercera dimensión, se observó que un 78.33% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicado en Surquillo, presentaron una muy alta valoración motivacional y un 40.33% una valoración media respecto a la dimensión motivacional. Esto se debió a que hubo una valoración aceptable en los indicadores logros, oportunidades de crecimiento y acciones por parte de la mayoría.

## **V. DISCUSIÓN**

Una vez obtenido los resultados numéricos que respondieron a los objetivos trazados en este estudio, se procedió a comparar dichos datos, con los antecedentes nacionales e internacionales que sirvieron de bases teóricas en la investigación.

A nivel general, nuestra investigación obtuvo como resultado que un 50,75% del total de colaboradores de la empresa Staff presenta una alta valoración de la comunicación interna, a comparación de un 7.9% del total que presentaron una muy baja valoración de la comunicación interna. Esto se debió a que el 50.75% presento una alta valoración operativo (62%), seguido de la valoración motivacional (59.60%), a nivel estratégico (47%), finalmente tenemos a la valoración cultural con un (35.3%). Esto se asemeja con Sandoval (2017) quien en su investigación obtuvo como resultado general que la comunicación interna de la Municipalidad de Comas contiene algunas deficiencias que se podrían mejorar, hay ciertos puntos que se debe considerar para ello. Esto implica que la comunicación interna es una necesidad para el buen funcionamiento de la organización ya que cada persona necesita estar en un ambiente agradable para desarrollarse de la mejor manera. Esto se puede ver al confirmar que solo el 49% de los trabajadores encuestados indican que casi siempre, el jefe utiliza un lenguaje apropiado cuando se dirigen hacia ellos, mientras que un 23% dice siempre y un 22% algunas veces. Este resultado discrepó con Polo (2020) quien en su estudio obtuvo que la Comunicación Laboral Interna de los colaboradores del colegio Adeu requiere mejorar, teniendo en cuenta que predominó el nivel medio, implicando que la mayoría de colaboradores transmiten y reciben los mensajes institucionales, con ciertas dificultades ocasionales, ello implica que aún existen brechas por trabajar; con respecto a la Comunicación Descendente y la Comunicación Ascendente, los niveles medios son los predominantes, existiendo una necesidad de mejora en la comunicación dirigida del directivo al colaborador y el intercambio de mensajes de los colaboradores hacia sus superiores; por el contrario, en la Comunicación Horizontal, resaltan niveles altos, reflejando una positiva interacción entre la mayoría de colegas de la institución. Asimismo, Pacheco (2017) discrepó con nuestro estudio, puesto que en su caso determino que la comunicación interna fue medianamente aceptable con una tendencia a una menor comunicación. De la encuesta aplicada a los trabajadores de la I.E. Master Ingenieros de San Juan de

Lurigancho, se obtuvo que un 3,57% siempre se da la comunicación interna, un 64,3 % casi siempre, asimismo un 28,57% a veces y un 3,57% casi nunca. León (2018) discrepa con los resultados de nuestro estudio, puesto que el autor concluyó que el nivel de comunicación interna en los integrantes de la comunidad educativa del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Bagua, Amazonas” en la mayoría de las dimensiones está en el nivel deficiente y muy deficiente; ameritando la implementación de una propuesta que mejore la comunicación interna. Bustamante (2018) se asemeja con el resultado general de nuestro estudio ya que indicó en su investigación que el personal de la Universidad Nacional del Santa acepta que en su mayoría existen medios de comunicación interna dentro de su organización y de acuerdo a los resultados la mayoría tiene nociones sobre sus diferentes usos comunicacionales y en base a ello se desprende que no todos los medios de comunicación interna están cumpliendo sus objetivos. El personal de la Universidad Nacional del Santa acepta determinados medios de comunicación interna, con fines informativos, normativos, motivacionales y de pertenencia implementados en su centro de trabajo. Entre ellos: La línea telefónica, las reuniones de trabajo y el memorándum en la dimensión informativa; el manual de funciones en la dimensión normativa; el memorándum y las reuniones de trabajo en la dimensión motivacional y las capacitaciones, memorándum y las reuniones de trabajo en la dimensión de pertenencia.

A nivel Internacional Thelen (2020) se asemeja con nuestro resultado general puesto que el propósito de la organización es motivo de orgullo para los empleados. Los empleados quieren sentir que su trabajo es significativo y que está contribuyendo a marcar la diferencia en el mundo. Trabajar para una empresa exitosa es otro motivo de orgullo entre los empleados. Además de las emociones, las actitudes laborales desempeñan un papel sustancial a la hora de influir en los comportamientos de defensa. Una de las actitudes predominantes mencionadas por los participantes fue satisfacción en el trabajo y tener un sentimiento positivo sobre su trabajo como resultado de una evaluación de sus características. Algunas de las causas de la satisfacción laboral mencionadas por los entrevistados que potencialmente podrían conducir a comportamientos de defensa incluyeron el salario y el empleo. El sentimiento de identificación y compromiso con la organización también se identificó como actitudes esenciales que conducen a

comportamientos de promoción. Estos participantes mencionaron que sentirse conectados e identificados. Por otro lado Herrera (2021) discrepa con nuestros resultados ya que las causas de las falencias que tiene la comunicación interna y como afecta a la motivación en el Hotel Éxtasis están relacionadas con la falta de fluidez en la comunicación, pobre trabajos en equipo, desmotivación de trabajadores, clima laboral poco positivo, falta de cultura organizacional por la falta de liderazgo dentro de la empresa por lo que se pretende integrar a los empleados para aumentar el rendimiento y su motivación, de manera que se consiga resolver conflictos y crear un clima laboral agradable. Sin embargo, Habadi (2019) se asemeja con nuestro resultado general; puesto que, concluyo que el resultado de este estudio reveló que la frecuencia, la dirección, la calidad y el contenido impresionaron más a los empleados, mientras tanto, la dimensión de contenido y modo tuvo el menor impacto en el compromiso de los empleados. La frecuencia de comunicación (formal o informal) tuvo un alto impacto en las comunicaciones internas de la organización en el caso estudio. Además, como el uso de sesiones de reunión, correos electrónicos y redes sociales (como: Facebook, Instagram, Tweeter, Telegram, WhatsApp, etc.) aumenta, afecta directamente (aumenta) la frecuencia de las comunicaciones en particular. Por lo tanto, para hacer que la comunicación sea más eficiente, se sugirió tener sesiones de lluvia de ideas o mapas mentales para alentar a los empleados participar y comprometerse en el trabajo. Además, los resultados mostraron que debería existir una comunicación bidireccional (bidireccional) entre el personal administrativo, gerentes y altos directivos. Deben crear un entorno que fomente la comunicación de abajo hacia arriba (jerárquica comunicación), además de involucrar al personal y beneficiar a la organización de sus consecuencias. Finalmente, este estudio contribuyó a las teorías relacionadas con el impacto de las comunicaciones internas en el compromiso de los empleados. Aunque estudios previos proporcionaron información sobre la relación y detalles sobre la satisfacción laboral, este estudio generó un modelo que aclara los componentes que influyen en el compromiso de los empleados en las organizaciones petroquímicas de Irán. Obviamente, hay más estudios relacionados que proponen que los empleados comprometidos son más efectivos en las organizaciones y, dan más beneficios a sus empleadores. Comprender el impacto de las comunicaciones internas en el compromiso de los empleados. puede ayudar a las organizaciones a reclutar y retener una fuerza

laboral talentosa. Esto se puede hacer proporcionando formas de comunicación adicionales, más programas de formación, confianza, intimidad, percepciones, cognición y prácticas. Dado que las comunicaciones internas están sincronizadas y relacionadas con el compromiso de los empleados, las organizaciones petroquímicas pueden mejorar el compromiso de sus empleados al priorizar prácticas de gran importancia. Por ejemplo, crear un entorno en el que los gerentes y el personal pueden colaborar y transmitir sus opiniones de manera transparente.

Con respecto al primer objetivo específico nuestro estudio obtuvo como resultado que la empresa Staff presenta una alta valoración de la comunicación interna, a comparación de un 7.9% del total presentaron una muy baja valoración de la comunicación interna. Esto se debió a que el 50.75% presentó una alta valoración operativo (62%), seguido de la valoración motivacional (59.60%), a nivel estratégico (47%), finalmente tenemos a la valoración cultural con un (35.3%). Esto discrepó con León (2018) quien obtuvo como resultado que en la dimensión operativa, en los integrantes de la comunidad educativa del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Bagua, Amazonas, se encontró que el 31.8% tienen un nivel muy deficiente, el 18.2% nivel deficiente, el 27.3% nivel regular, el 13.6% tienen un nivel bueno y solo el 9.1% tienen un nivel muy bueno.

Por otro lado, nuestro segundo objetivo específico obtuvo como resultado que un 47% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicado en Surquillo, presentaron una muy alta valoración estratégica, un 47.5% del total presentaron una valoración media a nivel estratégico y un 5.5% una baja valoración. Esto se debió a que hubo una valoración aceptable en los indicadores objetivos de la organización y objetivos personales por parte de la mayoría. Este resultado discrepó con León (2018) los 44 trabajadores del IESTP– Bagua entrevistados el 22.7% tienen un nivel muy deficiente, el 31.8% nivel deficiente, el 36.4% nivel regular, el 4.5% tienen un nivel bueno y solo el 4.5% tienen un nivel muy bueno. Lo que demuestra que existe un requerimiento urgente por mejorar el nivel de comunicación en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Bagua, Amazonas; en su dimensión estratégica.

Por otro lado, para nuestro tercer objetivo específico, se observó que un 24% de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC presentaron una alta

valoración cultural, un 42% una valoración media y un 21,6% una valoración baja debido a que cerca del total a penas se sentía identificado con los valores, normas y principios de la institución. Esto discrepó con León (2018) ya que en sus resultados obtuvo que el 22.7% de los integrantes de la comunidad educativa del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Bagua, Amazonas tienen un nivel muy deficiente, el 31.8% nivel deficiente, el 36.4% nivel regular, el 4.5% tienen un nivel bueno y solo el 4.5% tienen un nivel muy bueno.

Por último, en nuestro cuarto objetivo específico, observó que un 78.33% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicado en Surquillo, presentaron una muy alta valoración motivacional y un 40.33% una valoración media respecto a la dimensión motivacional. Esto se debió a que hubo una valoración aceptable en los indicadores logros, oportunidades de crecimiento y acciones por parte de la mayoría. Este se asemejó con Bustamante (2018) que en sus resultados obtuvo a la dimensión motivacional el personal de la Universidad Nacional del Santa acepta el memorándum como medio de comunicación interna que asegura su participación en eventos debido a que es un documento formal en el cual se comunica disposiciones, órdenes, informes, procesos, peticiones, llamadas de atención, y refleja las tareas globales e individuales de cada trabajador. Aunque también acepta en un segundo plano las cartas u oficios o la llamada telefónica.

## **VI. CONCLUSIONES**

- 1.** A nivel general, se concluyó que un 50,75% del total de colaboradores de la empresa Staff presenta una alta valoración de la comunicación interna, a comparación de un 7.9% del total que presentaron una muy baja valoración de la comunicación interna, porque un 62% de los colaboradores presentaron una alta valoración operativa, seguido de un 59, 60% del total que presentaron una alta valoración motivacional, un 47% una valoración a nivel estratégico y finalmente un 35.3% de los colaboradores presentaron una alta valoración cultural.
- 2.** A nivel del primer objetivo específico, se concluyó que un 62% del total de colaboradores presentó una alta valoración operativa y un 38% una mediana valoración operativa dentro de la empresa Staff de Negocios ubicado en Surquillo, porque que más de la mitad aseveró que tienen una buena organización y un buen recibimiento de información como colaboradores por parte de los jefes.
- 3.** A nivel del segundo objetivo específico, se concluyó que un 47% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicado en Surquillo, presentaron una muy alta valoración estratégica, un 47.5% del total presentaron una valoración media a nivel estratégico y un 5.5% una baja valoración, porque hubo una valoración aceptable en los indicadores objetivos de la organización y objetivos personales por parte de la mayoría.
- 4.** A nivel del tercer objetivo específico, se concluyó que un 24% de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC presentaron una alta valoración cultural, un 42% una valoración media y un 21,6% una valoración baja, porque cerca del total a penas se sentía identificado con los valores, normas y principios de la institución.
- 5.** A nivel cuarto objetivo específico, se concluyó que un 78.33% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicado en Surquillo, presentaron una muy alta valoración motivacional y un 40.33% una valoración media respecto a la dimensión motivacional, porque los jefes la empresa Staff de Negocios reconocen en más de la mitad de sus miembros los logros, oportunidades de crecimiento y acciones que cada colaborador desempeña como representante de la empresa.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. A nivel general, se recomienda reforzar la comunicación interna entre los colaboradores que pertenecen al área comercial y al área de operaciones de la empresa Staff de Negocios, empleando estrategias de comunicación, mediante capacitaciones que ayuden a que todos los miembros conozcan el lenguaje que se emplea dentro de la organización, de modo que mejore dicha comunicación y así exista un equilibrio con los colaboradores del área administrativa y de contabilidad.
2. A nivel del primer objetivo específico, se recomienda capacitar a los miembros más jóvenes de la empresa Staff de Negocios a emitir sus dudas a los miembros más antiguos de la organización, con el propósito de que la valoración operativa pueda reforzarse a nivel informativo y así exista una mejor organización dentro de la empresa.
3. A nivel del segundo objetivo específico, se recomienda a la empresa Staff de negocios que resuelvan las dudas acerca de las funciones que deben cumplir en la organización de tal manera que cada miembro de dicha área pueda desempeñar sus labores y así alcancen los objetivos como miembros de la empresa.
4. A nivel del tercer objetivo específico, se recomienda crear estrategias de comunicación por parte de los jefes hacia los colaboradores para que logren hacer que los miembros se sientan identificados con las normas, principios y valores de la empresa Staff de Negocio SAC.
5. A nivel del cuarto objetivo específico, se recomienda hacer ciertos reconocimientos por parte de los jefes hacia los colaboradores de la empresa Staff de Negocios para que los mismos se sientan motivados y deseen encontrar en sus logros, buenas oportunidades para crecer como profesional y como ser humano dentro de la organización.
6. Se recomienda, a nuestra escuela profesional de ciencias de la comunicación, a promover estudios cuantitativos de nivel descriptivo comparativo para saber cómo se valora la comunicación interna a nivel de dos empresas del mismo rubro y así conocer cuáles son las dimensiones que mayor o menor tendencia central presentan sus instituciones.
7. Se recomienda a nuestra escuela profesional de ciencias de la comunicación realizar investigaciones de enfoque cualitativo, con el propósito de interpretar

desde el punto de vista del investigador o desde el punto de vista de un grupo de expertos como se presenta la valoración de la comunicación interna en base a las empresas de nuestra sociedad actual y así dichas entidades tengan en cuenta dichos análisis y propongan mejoras con el fin mejorar las relaciones a nivel interno y así el desempeño tengo cambios favorables gracias a las mejoras en las relaciones interpersonales.

## REFERENCIAS

- Amodio, E. (2016). *Augmentative and Alternative Communication : Engagement and Participation*. San Diego, CA: Plural Publishing, Inc. Retrieved from: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1734197&lang=es&site=eds-live>
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. España: Netbiblo.
- Bateson, G., & Ruesch, J. (1984). *Comunicación: la matriz social de la psiquiatría*. Barcelona: Paidós
- Bustamante, C. (2018). *Medios de comunicación interna de mayor aceptación en el personal de la Universidad Nacional del Santa, Ancash, 2018*. Universidad César Vallejo, Chimbote, Perú. Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/36063/Bustamante\\_ACVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/36063/Bustamante_ACVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cazau, P. (2016). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. Buenos Aires, Argentina: Rindinuskín.
- Chen, L. (2017). *Intercultural Communication*. Boston: De Gruyter Mouton. Retrieved from: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1504955&lang=es&site=eds-live>
- Cowan, D. (2019). *Strategic Internal Communication : How to Build Employee Engagement and Performance (Vol. Second edition)*. New York: Kogan Page. Retrieved from:

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1526370&lang=es&site=eds-live>

Del Pozo, M. (2015). *Gestión de la comunicación interna en las organizaciones*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra EUNSA.

Elías, Joan; Mascaray, José (1998). *Más allá de la comunicación interna: diez estrategias para la implantación de valores y la conquista del comportamiento espontáneo de los empleados*. Barcelona: Gestión 2000. ISBN: 978 84 80882545

Fernández, C. y. (2012). Posiciones teóricas en torno a la comunicación organizacional. *Contribuciones a las ciencias sociales*, 20. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/ccss/20/cbfp.htm>

Fidias, G. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Episteme. Obtenido de [https://issuu.com/paundpro/docs/el\\_proyecto\\_de\\_investigacion\\_fidias](https://issuu.com/paundpro/docs/el_proyecto_de_investigacion_fidias)

Formanchuk, A. (2010). *Comunicación interna 2.0: un desafío cultural*. Buenos Aires: Edición Formanchuk y Asociados. Recuperado de: <https://formanchuk.com/todosignifica/como-hacer-un-plan-de-comunicacion-interna/>

Hernández, R., et al. (2018). *Metodología de la Investigación*. Distrito Federal, México: McGRAW-Hill / Interamericana Editores

Herrera, G. (2021). *Plan de fortalecimiento de la comunicación interna en el hotel éxtasis del Cantón Guayaquil*. Instituto superior Universitario Bolivariano de Tecnología, Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/2792/1/PROYECTO%20E%20GRADO%20DE%20HERRERA%20GARCIA.pdf>

Javadi, M. (2019). *The impact of internal communications on employee engagement in Iran's Petrochemical Industry*. *Journal of Behavior at work* (4) 1. Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/publication/332869632\\_The\\_Impact\\_of\\_Internal\\_Communications\\_on\\_Employee\\_Engagement\\_in\\_Iran's\\_Petrochemical\\_Industry](https://www.researchgate.net/publication/332869632_The_Impact_of_Internal_Communications_on_Employee_Engagement_in_Iran's_Petrochemical_Industry)

León, N. (2018). *Nivel de comunicación interna en los integrantes de la comunidad educativa del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Bagua, Amazonas*. (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33358/leon\\_sn.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33358/leon_sn.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Malhotra, Neeru; Ackfeldt, Anna-Lenna (2016). "Internal communication and prosocial service behaviors of front-line employees: Investigating mediating mechanisms". *Journal of business research*, v. 69, n. 10, pp. 4132-4139. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.03.038>

Meneses, C. (2014). *La Comunicación Organizacional*. España: Editorial Planeta.

Morales, F. (2001). *Comunicación interna*. En *Dirección de comunicación empresarial e institucional* (pp. 219-247), Universidad Autónoma de Barcelona, España: Gestión 2000.

Naresh, K. (2014). *Investigación de mercados*. Obtenido de <https://www.freelibros.org/marketing/investigacion-de-mercados-5ta-edicion-naresh-k-malhotra.html>

Pacheco, L. (2017). *La comunicación interna de los trabajadores en la institución educativa Master Ingenieros - San Juan de Lurigancho, 2017*. Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/16440/Pacheco\\_ML.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/16440/Pacheco_ML.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Peña-Acuña, Beatriz; Caldevilla-Domínguez, David; Batalla-Navarro, Pablo (2017). "Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de las estrategias de comunicación interna". *Chasqui: Revista latinoamericana de comunicación*, n. 134, pp. 315-330. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5974552.pdf>

- Popescu, C. (2017). *Improving Organizational Communication*. *Valahian Journal of Economic Studies*, 8(3), 39–46. Retrieved from: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=131958591&lang=es&site=eds-live>
- Ramírez, A. (2015). *Metodología de la Investigación Científica*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Sandoval, N. (2017). *Evaluación de la comunicación interna en la municipalidad de Comas en Mayo del 2017*. Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/2098/Sandoval\\_PNA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/2098/Sandoval_PNA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Thelen, P. (2020). *Commentary: The role of internal communication in fostering employee advocacy: An exploratory Study*. *International Journal of Business Communication* (1) 14. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/347343984\\_Commentary\\_The\\_Role\\_of\\_Internal\\_Communication\\_in\\_Fostering\\_Employee\\_Advocacy\\_An\\_Exploratory\\_Study](https://www.researchgate.net/publication/347343984_Commentary_The_Role_of_Internal_Communication_in_Fostering_Employee_Advocacy_An_Exploratory_Study)
- Verčič, A. T., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2012). Internal communication: Definition, parameters, and the future. *Public relations review*, 38(2), 223-230. 10.1016/j.pubrev.2011.12.019
- Villafañe, J. (2004). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid: Ediciones Pirámide
- Zamora, S (2017). *Impacto de los mensajes de la campaña de comunicación interna de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo en el semestre 2014-II en los estudiantes del I y II ciclo de comunicación*. Recuperado de: [https://www.academia.edu/15289546/An%C3%A1lisis\\_de\\_la\\_Comunicaci%C3%B3n\\_interna\\_de\\_la\\_USAT\\_Per%C3%BA](https://www.academia.edu/15289546/An%C3%A1lisis_de_la_Comunicaci%C3%B3n_interna_de_la_USAT_Per%C3%BA)

## **ANEXOS**

**ANEXO 01 – MATRIZ OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE**

<b>VARIABLE</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>Indicadores</b>	<b>ítems</b>
Valoración de la comunicación interna	Formanchuk (2010), lo define como una herramienta valiosa que debe tenerse en cuenta en todas las empresas, ya que el éxito de las mismas dependerá mucho de los tipos de comunicación que exista entre los trabajadores, los cuales tienen objetivos en común.	La presente variable se medirá en base a los cuatro dimensiones propuestas del experto citado en la definición conceptual la cuales son: La valoración operativa, la valoración estratégica, la valoración cultural y la valoración motivacional.	<b>Valoración Operativa</b> ( engloba todas aquellas comunicaciones internas que el empleado necesita para poder, justamente, ser operativo y trabajar - Formachuk)	* <b>Información de la organización</b> ( como es la empresa o a que se dedica - Formanchuck 2010)	Considero que la empresa Staff de Negocios comunica de manera eficaz su estructura organizacional.
				* <b>Información del trabajo</b> ( en qué sector o área trabaja, cuál es su lugar dentro de la estructura organizacional- Formanchuk 2010)	Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz el rubro al que se dedica.
					Considero que la empresa Staff de negocios comunica de

					manera eficaz los horarios de cada trabajador.
					Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz las tareas que realiza cada trabajador.
			<p><b>Valoración Estratégica</b> (lograr que los colaboradores comprendan por qué tienen que hacer lo que hacen. - Formanchuk)</p>	<p><b>* Objetivos de la organización</b> (hacia dónde va a la empresa y porque, como y quien fijo su rumbo - Formanchuk 2010)</p> <p><b>* Objetivos</b></p>	<p>Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz los objetivos de la organización.</p> <p>Considero que la empresa Staff de negocios</p>

				<p><b>personales</b>  ( cuáles son los de su puesto, cómo y por qué sus objetivos personales contribuyen a alcanzar las metas Formanchuk 2010 )</p>	<p>comunica de manera eficaz las normas de la organización.</p>
					<p>Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz sobre mi aporte a la empresa</p>
					<p>Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz los cambios que realiza la organización.</p>

			<p><b>Valoración Cultural</b></p> <p>( para que un empleado se comprometa con su organización, además de saber lo que tiene que hacer (Dimensión Operativa) y por qué (Dimensión Estratégica), tiene que estar de acuerdo con el modo en que debe trabajar y alcanzar esos objetivos. Es decir, debe ser parte y sentirse parte de - Formanchuk)</p>	<p><b>*Valores</b></p> <p>( buscan generar una comunión para que la gente se involucre profundamente con su tarea - Formanchuk)</p> <p><b>*Normas</b></p> <p>( Lo que está permitido y lo que no - Formanchuk)</p> <p><b>*Principios</b></p> <p>( la organización nace con principios y se tiene que hacer cargo de su elección y sus</p>	<p>Considero que la empresa Staff de negocios me transmite sus valores como organización.</p>
					<p>Considero que la empresa Staff de negocios me transmite sus normas como organización.</p>

				consecuencias - Formanchuk)	Considero que la empresa Staff de negocios me transmite sus principios como organización.
					Considero que la empresa Staff de negocios no oculta datos o información a sus colaboradores
					Considero que la empresa Staff de negocios me impulsa a cumplir valores morales.
					Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a mejorar

					mi desempeño en la empresa.
			<b>Valoración Motivacional</b> ( como su nombre lo indica tiene por objetivo que las personas quieran hacer aquello que la organización les indica.- Formanchiuk)	<b>*Logros</b> (que los hagan sentirse orgullosos de formar parte de la empresa- Formanchiuk)	Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a ser parte del cambio que transmite como organización.
				<b>*Oportunidad de crecimiento</b> ( oportunidad de concretar un crecimiento laboral - Formanchuk)	Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a generar propuestas de crecimiento en la organización
				<b>*Acciones</b> ( hechos que demuestren que la empresa es justa, confiable y	Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a crecer

				transparente Formanchuk)	-	como profesional.
						Considero que la empresa Staff de negocios respeta las opiniones de cada miembro de la organización.
						Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a lograr los objetivos de la organización.
						Considero que la empresa Staff de negocios comunica la importancia de mi

					trabajo en la organización.
--	--	--	--	--	--------------------------------

**ANEXO 02 – MATRIZ DE CONSISTENCIA TEÓRICA**

Título de la investigación	“Valoración de la comunicación interna en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios S.A.C , Surquillo, 2021”		
Autora	Malásquez Reyes, Carla Elena		
Planteamiento del problema	Objetivos	Metodología	Instrumento
Problema general	Objetivo general	Enfoque de investigación	Cuestionario de preguntas
¿Cuál es la valoración de la comunicación interna en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021?	Describir la valoración de la comunicación interna en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021.	Cuantitativo	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Nivel de investigación	Escala de medición
¿Cuál es la valoración operativa en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021?	Describir la valoración operativa en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021.	Descriptivo Simple	Escala de Likert – ordinal
		Tipo de investigación	

¿Cuál es la valoración estratégica en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021?	Describir la valoración estratégica en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021.	Básica	
		Diseño de investigación	
¿Cuál es la valoración cultural en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021?	Describir la valoración cultural en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021.	No experimental	Técnica
			Encuesta
¿Cuál es la valoración motivacional en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021?	Describir la valoración motivacional en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios SAC, Surquillo, 2021.		

## ANEXO 03 – INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



### ENCUESTA VALORATIVA SOBRE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA EMPRESA STAFF DE NEGOCIOS S.A.C

**NOMBRE :**  
**APELLIDO :**  
**EDAD :**

En el siguiente recuadro marque la alternativa que crea Ud. Conveniente

ITEM	Pregunta	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	Considero que la empresa Staff de Negocios comunica de manera eficaz su estructura organizacional.					
2	Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz el rubro al que se dedica.					
3	Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz los horarios de cada trabajador.					

4	Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz las tareas que realiza cada trabajador.					
5	Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz los objetivos de la organización.					
6	Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz las normas de la organización.					
7	Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz sobre mi aporte a la empresa					
8	Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz los cambios que realiza la organización.					
9	Considero que la empresa Staff de negocios me transmite sus valores como organización.					
10	Considero que la empresa Staff de negocios me transmite sus normas como organización.					
11	Considero que la empresa Staff de negocios me transmite sus principios como organización.					
12	Considero que la empresa Staff de negocios no oculta datos o información a sus colaboradores					
13	Considero que la empresa Staff de negocios me impulsa a cumplir valores morales.					
14	Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a mejorar mi desempeño en la empresa.					
15	Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a ser parte del cambio que transmite como organización.					
16	Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a generar propuestas de crecimiento en la organización					
17	Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a crecer como profesional.					

18	Considero que la empresa Staff de negocios respeta las opiniones de cada miembro de la organización.					
19	Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a lograr los objetivos de la organización.					
20	Considero que la empresa Staff de negocios comunica la importancia de mi trabajo en la organización.					

## ANEXO 4 – PERMISO PARA REALIZAR LA ENCUESTA



Lima, noviembre del 2021

Señor  
**JESUS MANUEL CENTENO MARTINO |**  
**DIRECTOR GERENTE**  
**STAFF DE NEGOCIOS SAC**  
*Presente.*

Atención: **JESUS MANUEL CENTENO MARTINO**

Asunto: **Autorización para uso de nombre e imagen de la empresa Staff de Negocios**

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted y a la vez informarle que estoy realizando un proyecto de investigación titulada **Valoración de la comunicación interna en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios S.A.C – Surquillo 2021**, para obtener el grado de licenciada en ciencias de la comunicación.

Al hacer mención de la empresa en dicho proyecto y siendo de vital importancia el poder contar con su aprobación y autorización para lograr tener todas las facilidades que se necesita para poder llevar a cabo esta investigación

Hago propicio la presente para reiterarles los sentimientos de mi mayor consideración y alta estima.

Atentamente,

Carla Malasquez Reyes  
DNI 70272275

Lima, noviembre del 2021

Señorita  
**Carla Malásquez Reyes**  
Presente.

Asunto: **Aprobación para uso de nombre e imagen de la empresa Staff de Negocios**

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted y a la vez informarle que su solicitud para poder hacer uso del nombre e información interna de nuestra empresa y personal fue aprobada para que pueda realizar su proyecto de investigación titulada **Valoración de la comunicación interna en los colaboradores de la empresa Staff de Negocios S.A.C – Surquillo 2021** y obtener el grado de licenciada en ciencias de la comunicación.



Al hacer mención de la empresa a la cual represento solicitamos la mayor discreción y responsabilidad del manejo de la información que se le sea facilitada para sus estudios.

Atentamente,

**Manuel Centeno Martino**  
Director Gerente  
STAFF DE NEGOCIOS S.A.C.

## Anexo 5 – tablas de evaluación de expertos



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: RUBIO GARCÍA ROCIO BRÍGIDA

Título y/o Grado:

<input checked="" type="checkbox"/> Ph.D ( )	<input type="checkbox"/> Doctor ( )	<input checked="" type="checkbox"/> Magister ( X )	<input type="checkbox"/> Licenciado ( )	<input type="checkbox"/> Otros. ( ) Especifique
--	-------------------------------------	--	---	---

Universidad que labora: UCV/UNFV

Fecha: 28/08/2021

#### VALORACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA STAFF DE NEGOCIOS S.A.C, SURQUILLO, 2021

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.]

ÍTEM	PREGUNTA	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?		X	Se trata de valoraciones, así que hay un grado de subjetividad
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	<b>TOTAL</b>	9	1	

SUGERENCIAS: Las preguntas podrían ser más, para ahondar en las respuestas y corroborar las respuestas.

Firma del experto:

ROCIO BRÍGIDA RUBIO GARCÍA  
DOCENTE TP / SEDE LIMA NORTE  
Nombres y apellidos



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Pérez Osorio Jeanette

Título y/o Grado:

<del>Ph. D</del> ( )	Doctor ( )	Magister ( x )	Licenciado ( )	Otros. ( ) Especifique
----------------------	------------	----------------	----------------	------------------------

Universidad que labora:

Fecha:

#### VALORACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA STAFF DE NEGOCIOS S.A.C, SURQUILLO, 2021

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ÍTEMS	PREGUNTA	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población objeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
		<b>TOTAL</b>	10	

SUGERENCIAS:

Firma del experto: |

Jeanette Pérez Osorio  
Nombres y apellidos:



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: LUIS HUMBERTO ZAMORA DAVILA

Título y/o Grado:

Ph. D ( )	Doctor ( )	Magister ( X )	Licenciado ( )	Otros. ( ) Especifique
-----------	------------	----------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Fecha: 28/08/2021

#### VALORACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA STAFF DE NEGOCIOS S.A.C, SURQUILLO, 2021

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la concreción de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

ÍTEM	PREGUNTA	AFIRMA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	<b>TOTAL</b>	10		

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

LUIS HUMBERTO ZAMORA DAVILA  
DOCENTE TP / SEDE LIMA NORTE

## ANEXO 6 - ENCUESTA VIRTUAL



**Carla Malásquez** <comercial2@sdn.com.pe>

para Xiomara, Alfredo, Zulema, Daniel, Jose, Moises, Miguel, Jose, saavedraroldanmilena, Activaciones ▾

Estimados :

Según lo conversado con cada uno de ustedes adjunto encuesta en formato excel para que por favor la puedan llenar de la forma más honesta posible, tal y como les comente este cuestionario es anónimo.

El tema a tratar es la valorización de la comunicación interna dentro de la empresa.

Si tienen alguna pregunta no duden en escribirme

Gracias

Saludos



## Anexo 7 – procesamiento de datos del SPSS V.25

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

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Unidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Numérico	8	0	Tabla 1: Consid...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	P2	Numérico	8	0	Tabla 2: Consid...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	P3	Numérico	8	0	Tabla 3: Consid...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	P4	Numérico	8	0	Tabla 4: Consid...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	P5	Numérico	8	0	Tabla 5: Consid...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	P6	Numérico	8	0	Tabla 6: Consid...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	P7	Numérico	8	0	Tabla 7: Consid...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P8	Numérico	8	0	Tabla 8: Consid...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P9	Numérico	8	0	Tabla 9: Consid...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P10	Numérico	8	0	Tabla 10: Consi...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P11	Numérico	8	0	Tabla 11: Consi...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P12	Numérico	8	0	Tabla 12: Consi...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P13	Numérico	8	0	Tabla 13: Consi...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	P14	Numérico	8	0	Tabla 14: Consi...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	P15	Numérico	8	0	Tabla 15: Consi...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	P16	Numérico	8	0	Tabla 16: Consi...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	P17	Numérico	8	0	Tabla 17: Consi...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	P18	Numérico	8	0	Tabla 18: Consi...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	P19	Numérico	8	0	Tabla 19: Consi...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	P20	Numérico	8	0	Tabla 20: Consi...	{1, Nunca}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	D1	Numérico	8	2	Valoración oper...	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
22	D2	Numérico	8	2	Valoración estr...	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
23	D3	Numérico	8	2	Valoración cult...	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
24	D4	Numérico	8	2	Valoración móv...	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
25	V	Numérico	8	2	Valoración de l...	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
26											
27											
28											
29											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode Off

18°C Nublado 12:02 a. m. ESP 25/11/2021

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

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
1	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	1	3	3	3	3	3
3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	3	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3
5	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
6	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4
8	4	4	4	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	4	3	4	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4
10	3	4	3	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3
11	4	5	5	4	3	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	4
12	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3
13	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
14	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5
15	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
16	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4
17	4	5	5	4	3	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3
18	4	5	5	4	3	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	4
19	3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	1	3	3	3	3	3
20	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4
21	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5
22	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
23	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3
24	4	5	5	4	3	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	4
25	4	5	5	4	3	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	4
26	3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	1	3	3	3	3	3
27	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode.ON

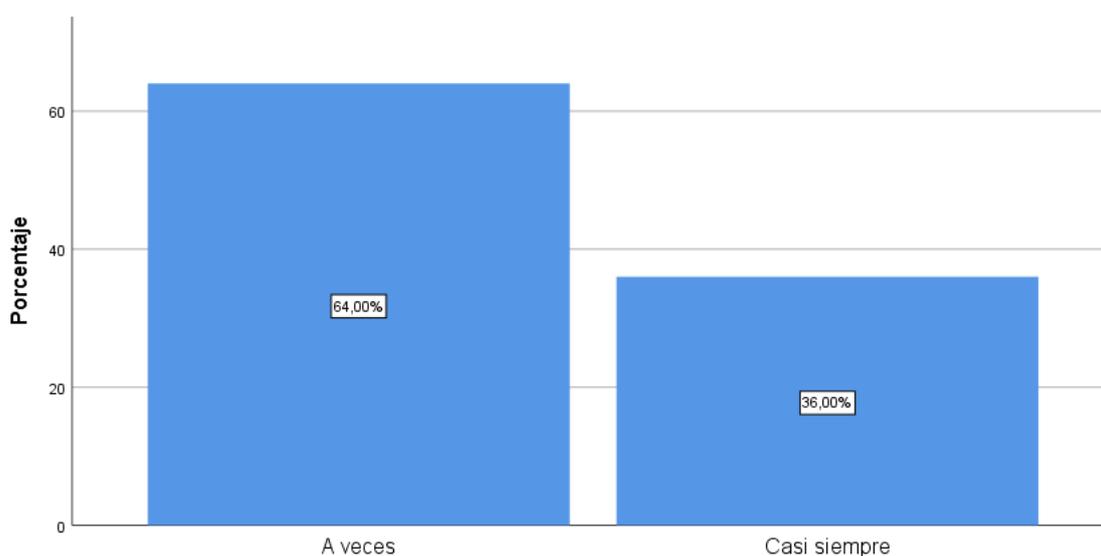
18°C Nublado 12:02 a.m. 25/11/2021

## ANEXO 9 – TABLAS Y GRAFICOS A NIVEL DE ÍTEMS

*Tabla 1: Considero que la empresa Staff de Negocios comunica de manera eficaz su estructura organizacional.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	32	64,0	64,0	64,0
	Casi siempre	18	36,0	36,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 1. Considero que la empresa Staff de Negocios comunica de manera eficaz su estructura organizacional.*

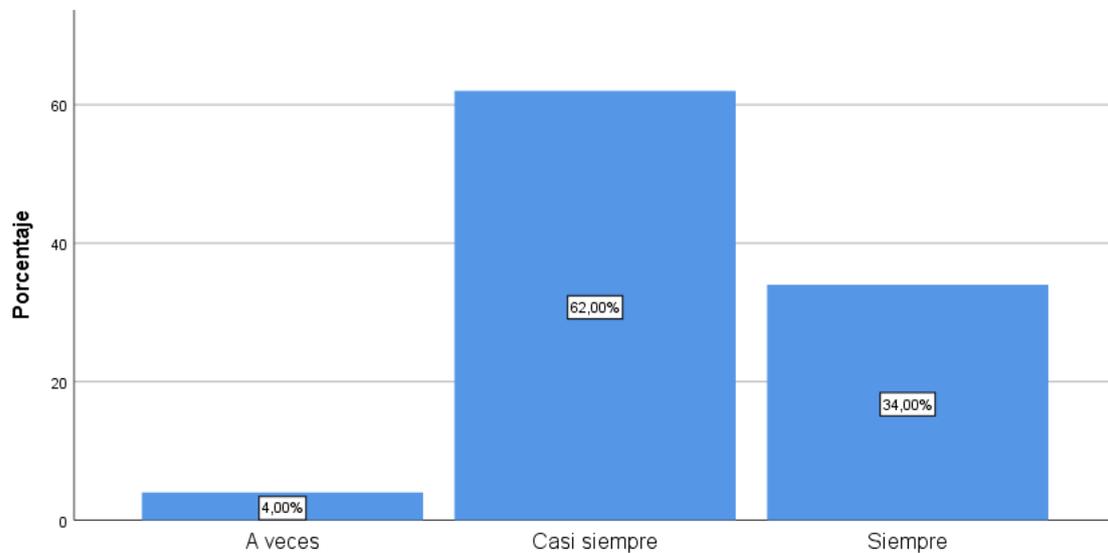
**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 36% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo indicaron que casi siempre se comunican de manera eficaz en su estructura organizacional y el 64% indicaron que a veces se comunican de manera eficaz en su estructura organizacional.

**Interpretación:** Se infiere que más de la mitad de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios no se comunican de manera eficaz en su estructura organización porque hay una carencia de comunicación de trabajo en equipo.

*Tabla 2: Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz el rubro al que se dedica.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	2	4,0	4,0	4,0
	Casi siempre	31	62,0	62,0	66,0
	Siempre	17	34,0	34,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 2. Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz el rubro al que se dedica.*

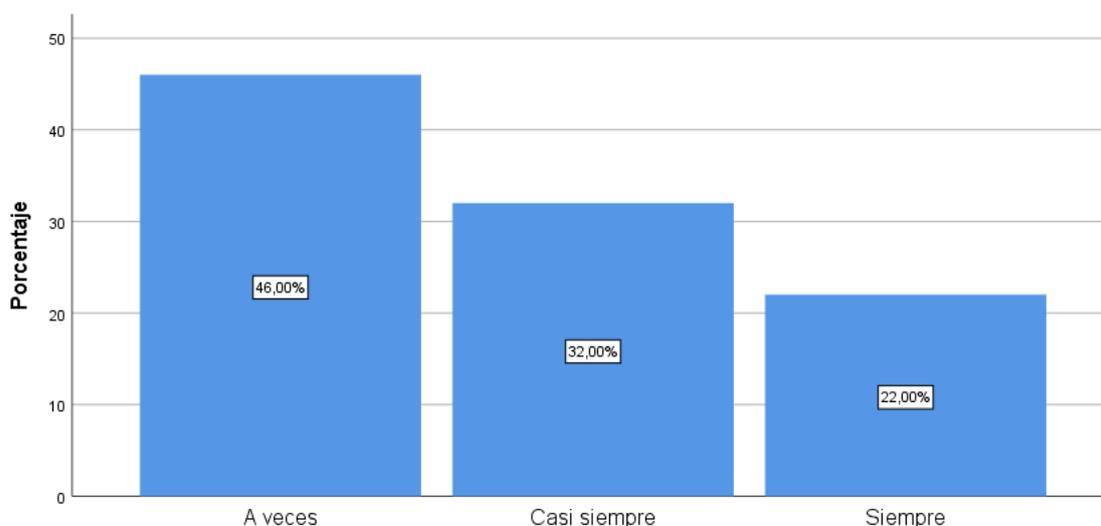
**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 34% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo indicaron que siempre comunica de manera eficaz el rubro al que se dedica, el 62% indicaron que casi siempre y un 4% aseguró que a veces la empresa comunica de manera eficaz el rubro al que se dedica.

**Interpretación:** Se infiere que el 96% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios indican que la empresa siempre comunica de manera eficaz el rubro al que se dedica.

*Tabla 3: Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz los horarios de cada trabajador.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	23	46,0	46,0	46,0
	Casi siempre	16	32,0	32,0	78,0
	Siempre	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 3. Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz los horarios de cada trabajador.*

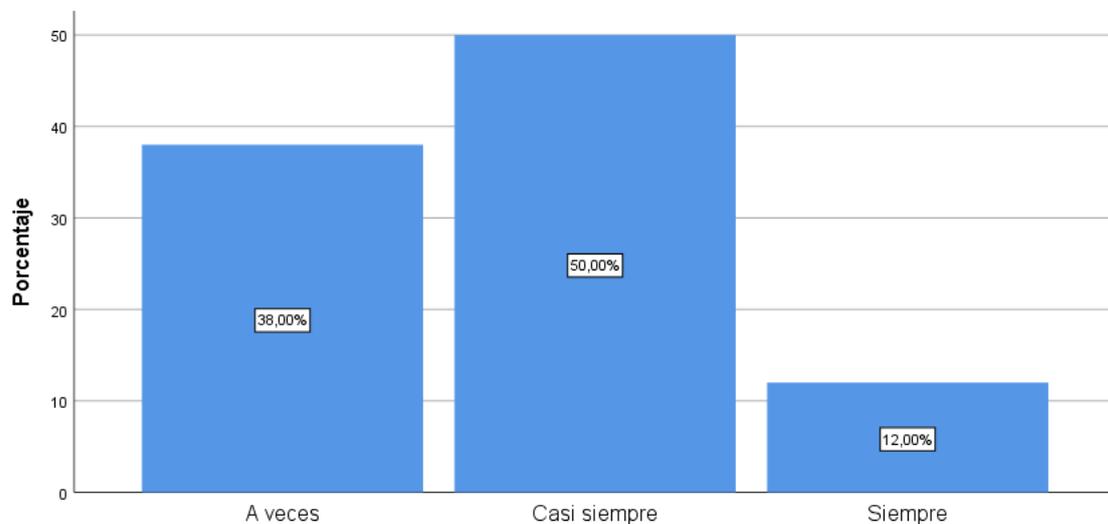
**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 22% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo indicaron que siempre comunica de manera eficaz los horarios de cada trabajador, el 32% indicaron que casi siempre y un 46% aseguró que a veces.

**Interpretación:** Se infiere que el 54% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios indican que la empresa casi siempre comunica de manera eficaz los horarios de cada trabajador.

*Tabla 4: Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz las tareas que realiza cada trabajador.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	19	38,0	38,0	38,0
	Casi siempre	25	50,0	50,0	88,0
	Siempre	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 4. Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz las tareas que realiza cada trabajador.*

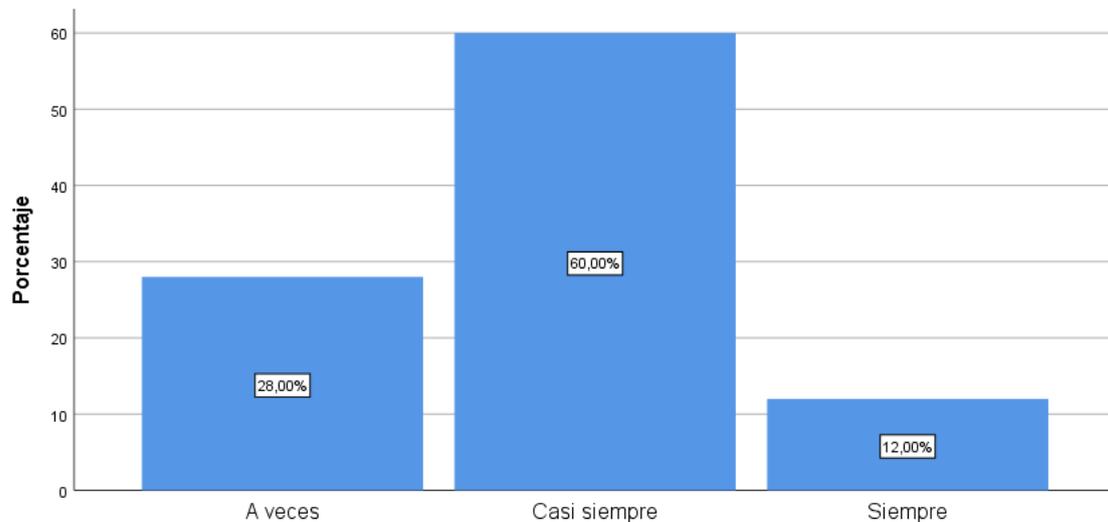
**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 12% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo indicaron que siempre comunica de manera eficaz las tareas que realiza cada trabajador, el 50% indicaron que casi siempre y un 38% aseguró que a veces.

**Interpretación:** Se infiere que el 50% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios indican que la empresa casi siempre comunica de manera eficaz las tareas que realiza cada trabajador.

*Tabla 5: Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz los objetivos de la organización.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	14	28,0	28,0	28,0
	Casi siempre	30	60,0	60,0	88,0
	Siempre	6	12,0	12,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 5. Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz los objetivos de la organización.*

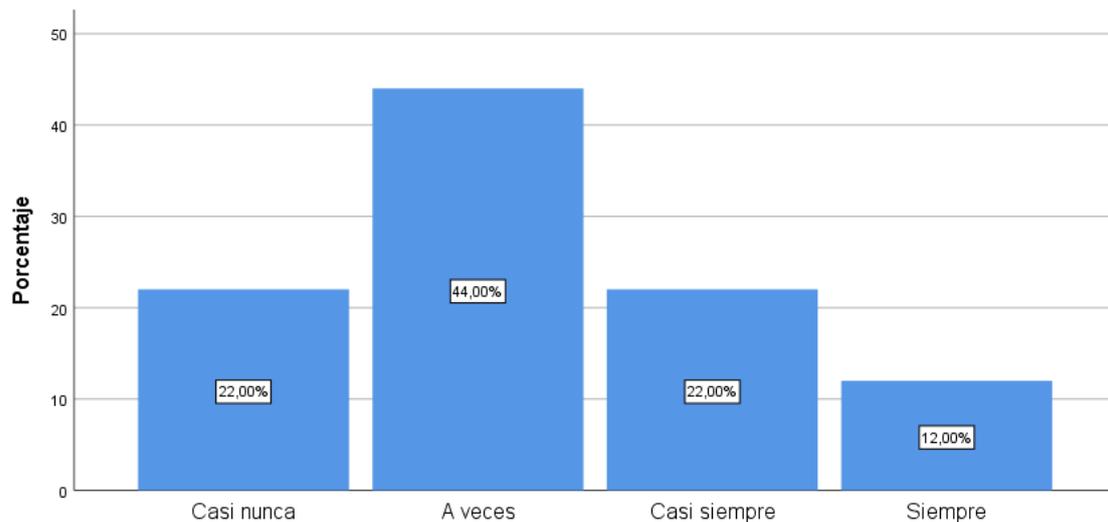
**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 12% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo indicaron que siempre comunica de manera eficaz los objetivos de la organización, el 60% indicaron que casi siempre y un 28% aseguró que a veces.

**Interpretación:** Se infiere que más del 50% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios indican que la empresa casi siempre comunica de manera eficaz los objetivos de la organización.

*Tabla 6: Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz las normas de la organización.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	11	22,0	22,0	22,0
	A veces	22	44,0	44,0	66,0
	Casi siempre	11	22,0	22,0	88,0
	Siempre	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 6. Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz las normas de la organización.*

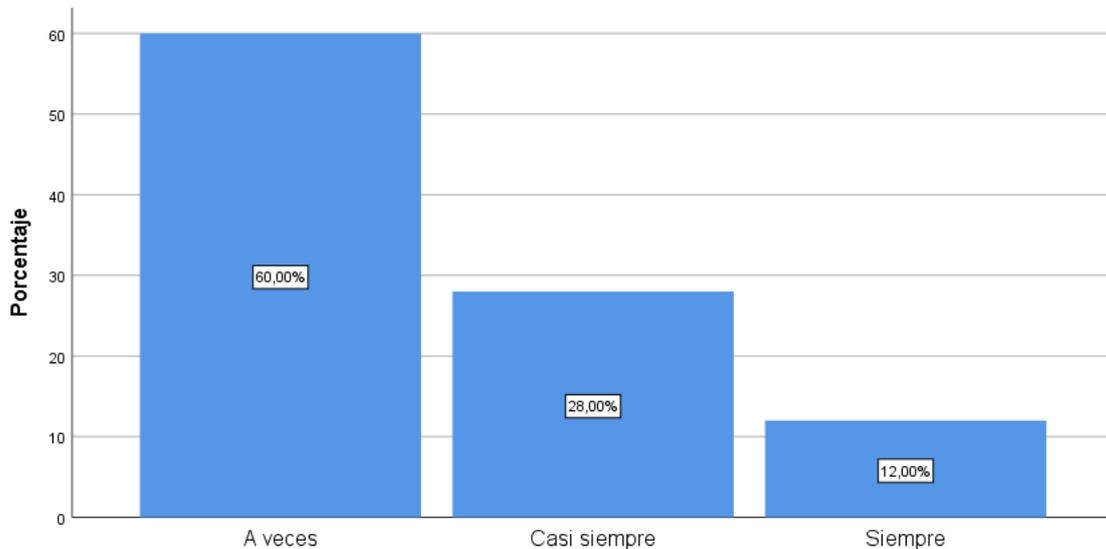
**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 12% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo indicaron que siempre comunica de manera eficaz las normas de la organización, el 22% indicaron que casi siempre, un 44% aseguró que a veces y un 22% casi nunca.

**Interpretación:** Se infiere que más del 66% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios indican que la empresa a veces comunica de manera eficaz las normas de la organización.

*Tabla 7: Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz sobre mi aporte a la empresa*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	30	60,0	60,0	60,0
	Casi siempre	14	28,0	28,0	88,0
	Siempre	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 7: Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz sobre mi aporte a la empresa*

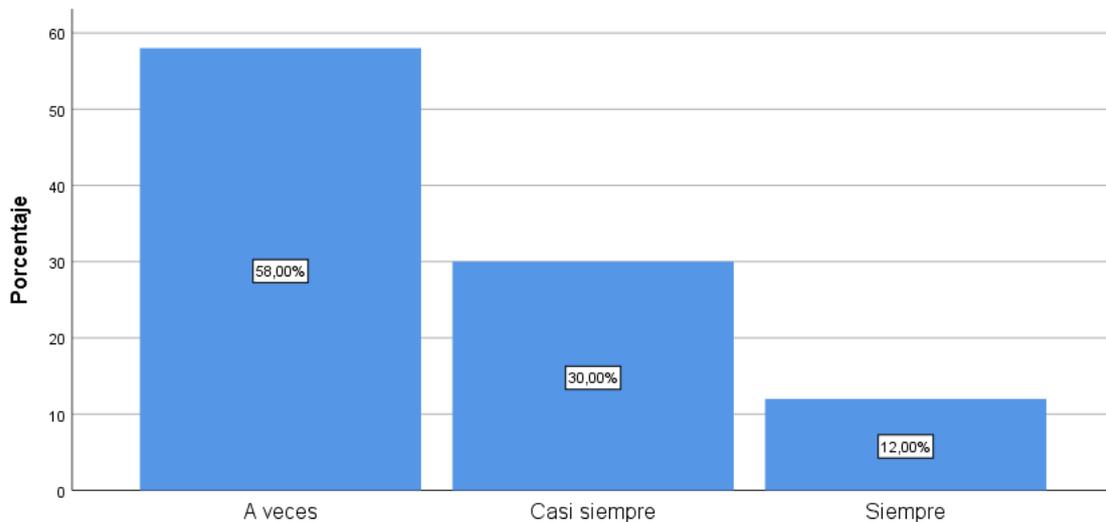
**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 12% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo indicaron que siempre comunica de manera eficaz sobre mi aporte a la empresa, el 28% indicaron que casi siempre y un 60% aseguró que a veces.

**Interpretación:** Se infiere que más del 50% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios indican que la empresa casi siempre comunica de manera eficaz los objetivos de la organización.

*Tabla 8: Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz los cambios que realiza la organización.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	29	58,0	58,0	58,0
	Casi siempre	15	30,0	30,0	88,0
	Siempre	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 8. Considero que la empresa Staff de negocios comunica de manera eficaz los cambios que realiza la organización.*

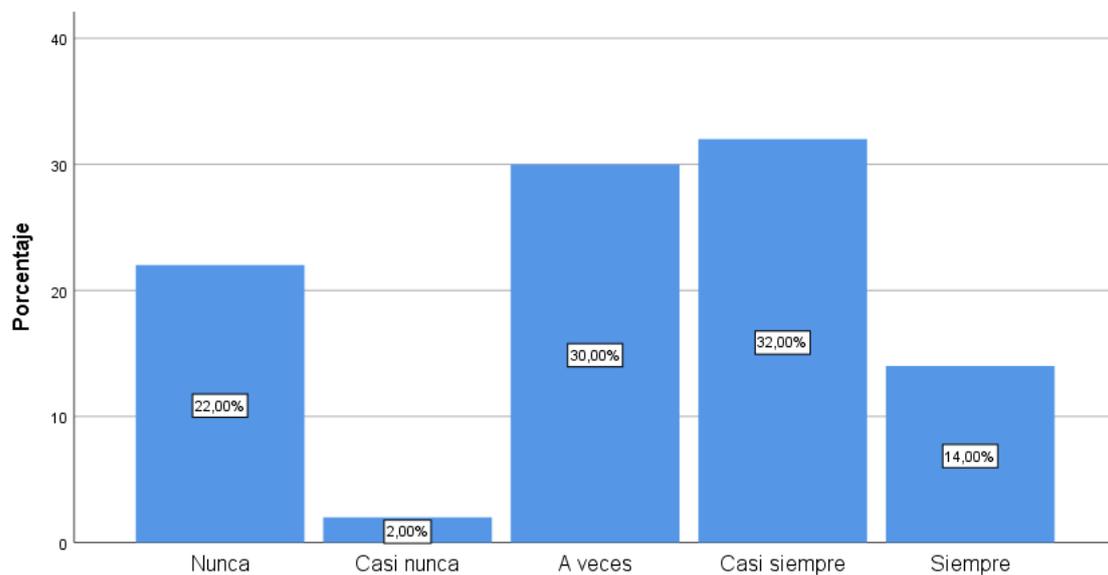
**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 12% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo indicaron que siempre comunica de manera eficaz los cambios que realiza la organización, el 30% indicaron que casi siempre y un 58% aseguró que a veces.

**Interpretación:** Se infiere que más del 50% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios indican que la empresa a veces comunica de manera eficaz los cambios que realiza la organización.

*Tabla 9: Considero que la empresa Staff de negocios me transmite sus valores como organización.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	22,0	22,0	22,0
	Casi nunca	1	2,0	2,0	24,0
	A veces	15	30,0	30,0	54,0
	Casi siempre	16	32,0	32,0	86,0
	Siempre	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 9: Considero que la empresa Staff de negocios me transmite sus valores como organización.*

**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 14% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo indicaron que siempre transmite sus valores como organización, el 32% indicaron que casi siempre, un 30% aseguró que a veces, 2% casi nunca y un 22% nunca.

**Interpretación:** Se infiere que más del 62% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios transmite sus valores como organización.

Tabla 10: Considero que la empresa Staff de negocios me transmite sus normas como organización.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	19	38,0	38,0	38,0
	A veces	15	30,0	30,0	68,0
	Casi siempre	9	18,0	18,0	86,0
	Siempre	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

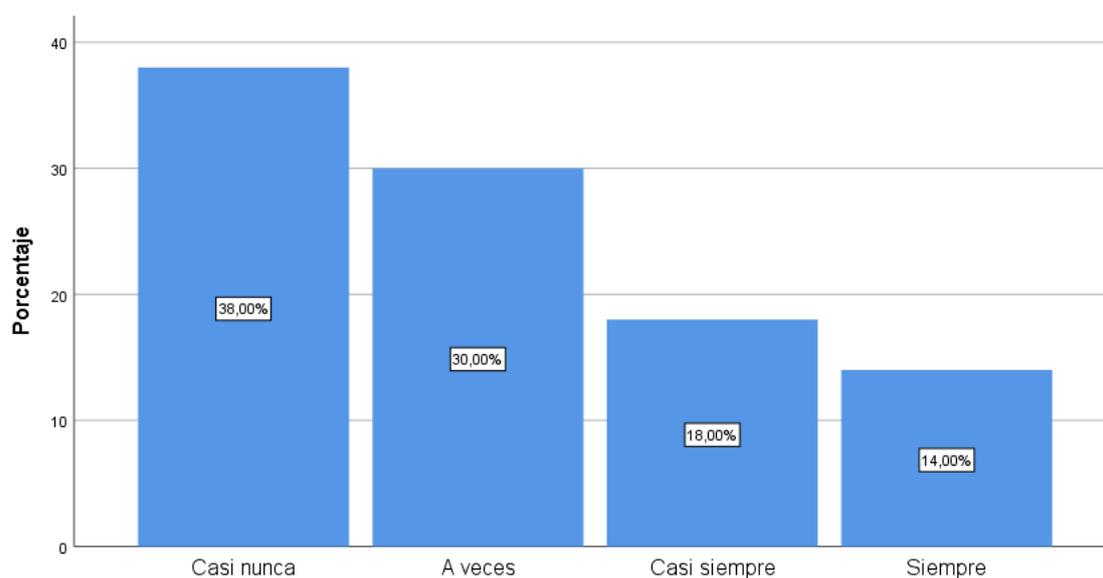


Gráfico 10. Considero que la empresa Staff de negocios me transmite sus normas como organización.

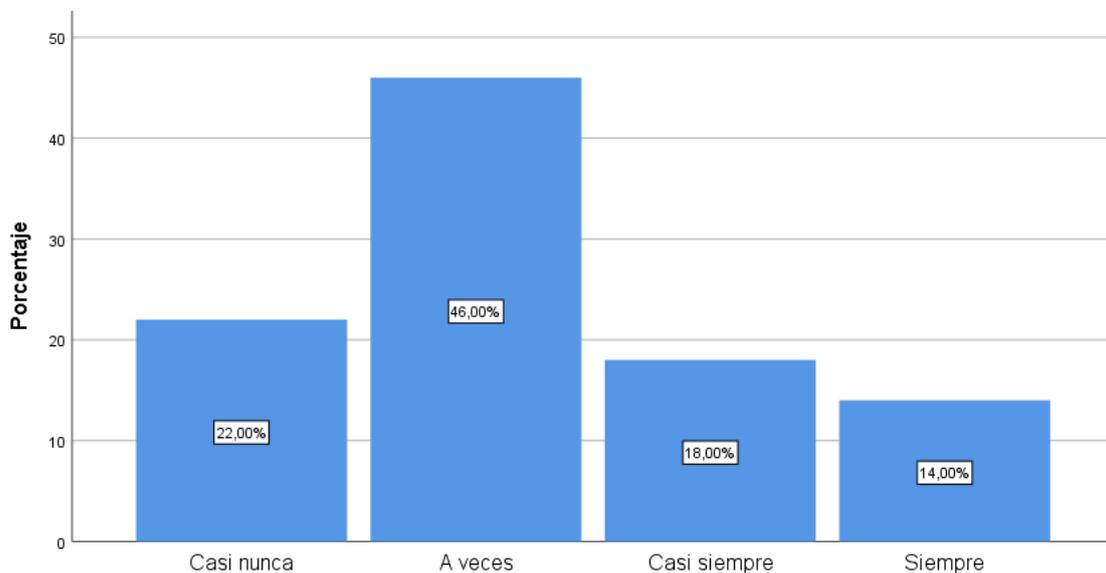
**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 14% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo indicaron que siempre transmite sus normas como organización, el 18% indicaron que casi siempre, un 30% aseguró que a veces, 38% casi nunca.

**Interpretación:** Se infiere que más del 68% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios transmite sus normas como organización.

*Tabla 11: Considero que la empresa Staff de negocios me transmite sus principios como organización.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	11	22,0	22,0	22,0
	A veces	23	46,0	46,0	68,0
	Casi siempre	9	18,0	18,0	86,0
	Siempre	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 11. Considero que la empresa Staff de negocios me transmite sus principios como organización.*

**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 14% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo indicaron que siempre transmite sus principios como organización, el 18% indicaron que casi siempre, un 46% aseguró que a veces, 22% casi nunca.

**Interpretación:** Se infiere que casi el 50% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios transmite sus principios como organización.

Tabla 12: Considero que la empresa Staff de negocios no oculta datos o información a sus colaboradores.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	14,0	14,0	14,0
	Casi nunca	22	44,0	44,0	58,0
	A veces	15	30,0	30,0	88,0
	Casi siempre	5	10,0	10,0	98,0
	Siempre	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

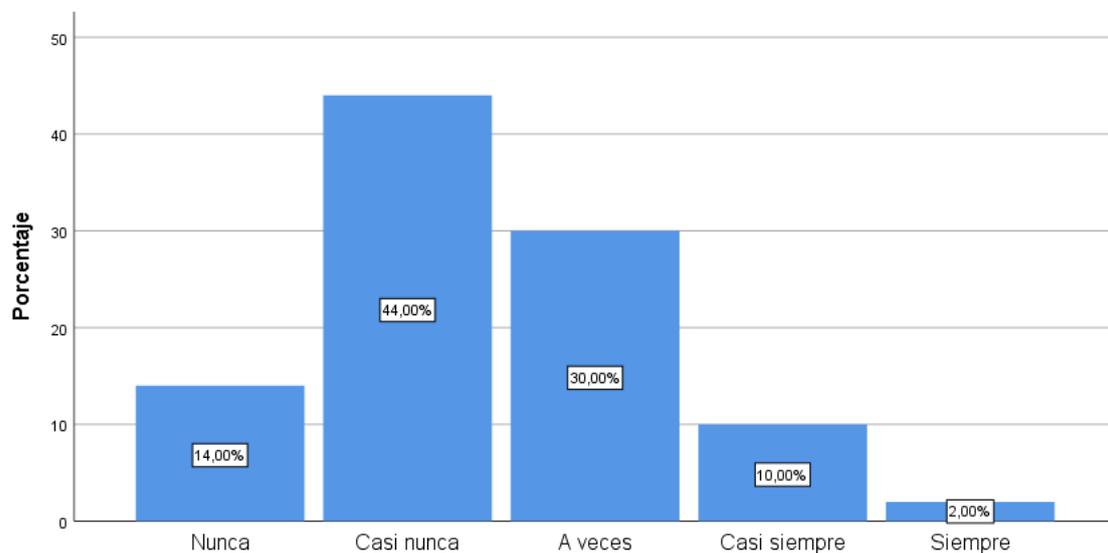


Gráfico 12. Considero que la empresa Staff de negocios no oculta datos o información a sus colaboradores.

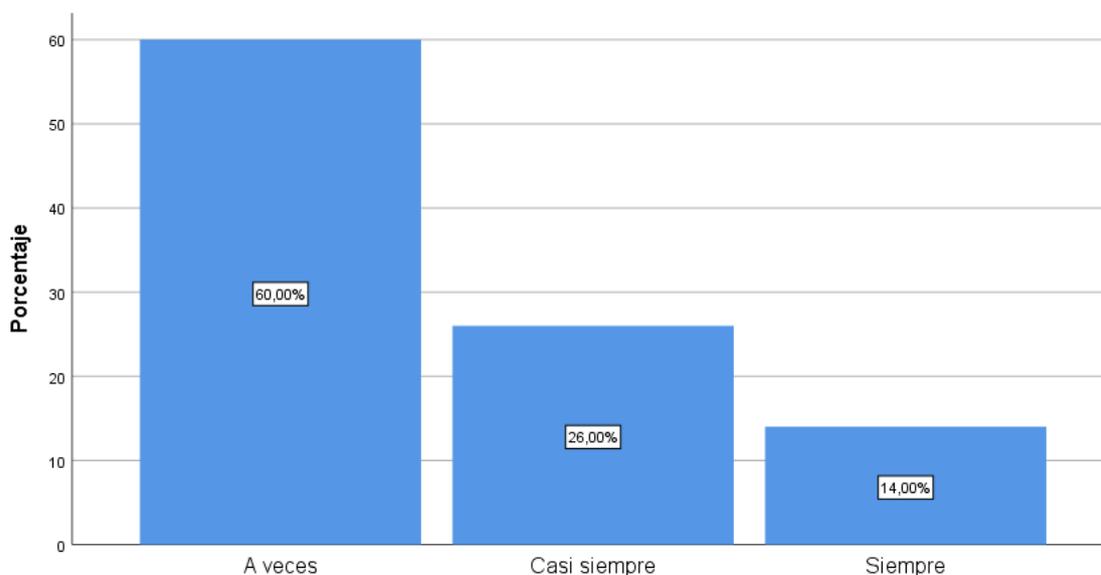
**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 2% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo indicaron no oculta datos o información a sus colaboradores, el 10% indicaron que casi siempre, un 30% aseguró que a veces, 44% casi nunca y 14% nunca.

**Interpretación:** Se infiere que casi el 50% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios transmite sus principios como organización.

*Tabla 13: Considero que la empresa Staff de negocios me impulsa a cumplir valores morales.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	30	60,0	60,0	60,0
	Casi siempre	13	26,0	26,0	86,0
	Siempre	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 13. Considero que la empresa Staff de negocios me impulsa a cumplir valores morales.*

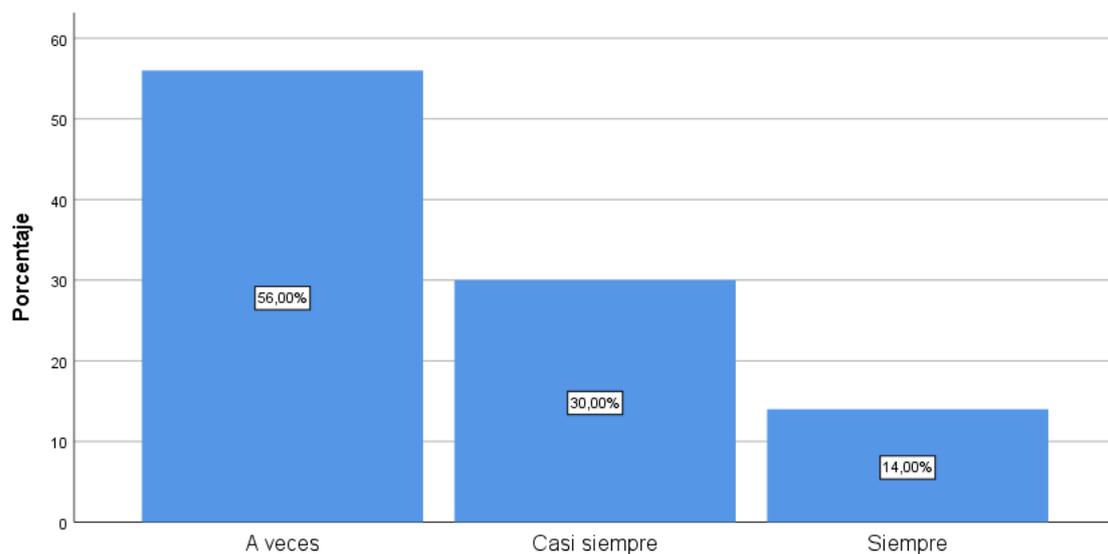
**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 14% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo impulsa a cumplir valores morales a sus colaboradores, el 26% indicaron que casi siempre y 60% a veces.

**Interpretación:** Se infiere que casi más del 50% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios considera que impulsa a cumplir valores morales.

*Tabla 14: Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a mejorar mi desempeño en la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	28	56,0	56,0	56,0
	Casi siempre	15	30,0	30,0	86,0
	Siempre	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 14. Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a mejorar mi desempeño en la empresa.*

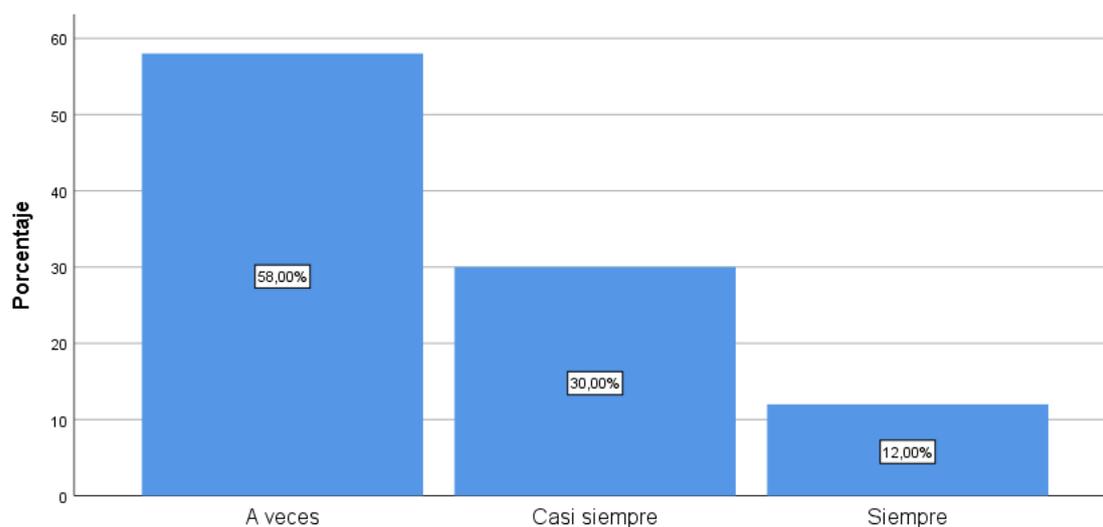
**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 14% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo motiva a mejorar el desempeño en la empresa, el 30% indicaron que casi siempre y 56% a veces.

**Interpretación:** Se infiere que más del 50% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios considera que motiva a mejorar el desempeño en la empresa.

*Tabla 15: Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a ser parte del cambio que transmite como organización.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	29	58,0	58,0	58,0
	Casi siempre	15	30,0	30,0	88,0
	Siempre	6	12,0	12,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 15. Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a ser parte del cambio que transmite como organización.*

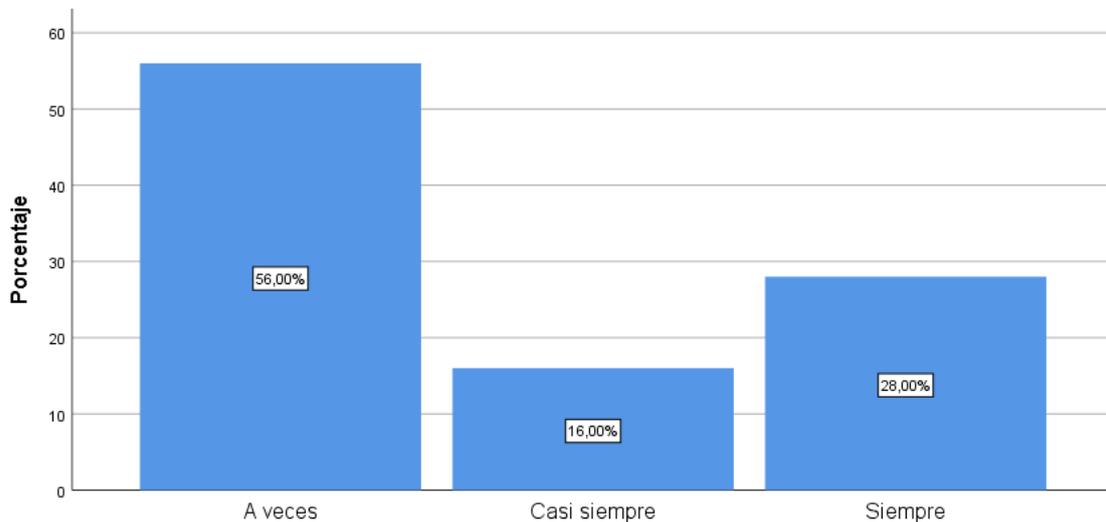
**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 12% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo motiva a ser parte del cambio como organización, el 30% indicaron que casi siempre y 58% a veces.

**Interpretación:** Se infiere que más del 50% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios motiva a ser parte del cambio como organización.

*Tabla 16: Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a generar propuestas de crecimiento en la organización.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	28	56,0	56,0	56,0
	Casi siempre	8	16,0	16,0	72,0
	Siempre	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 16. Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a generar propuestas de crecimiento en la organización.*

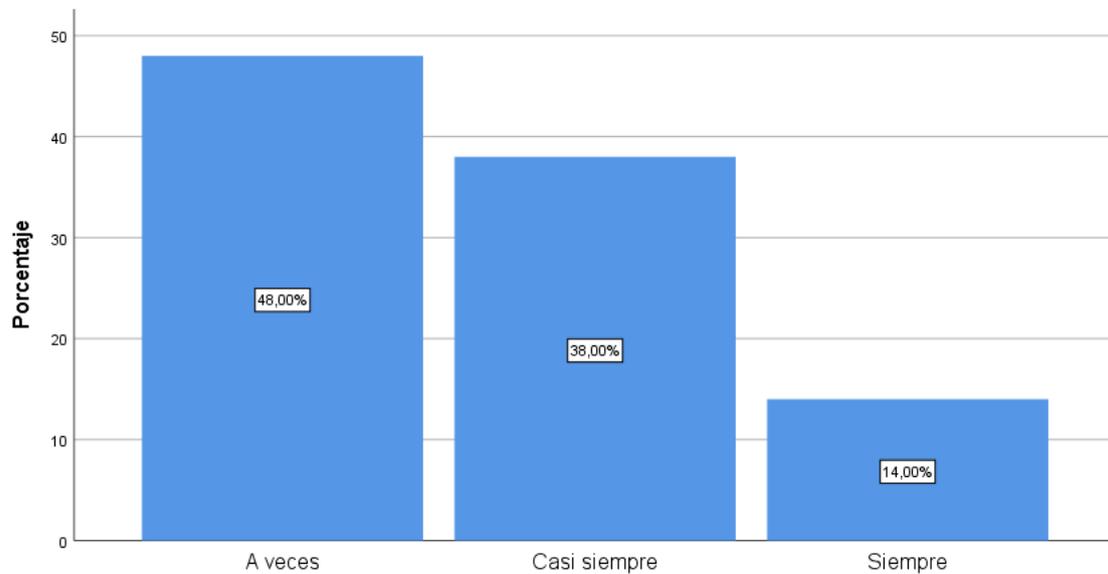
**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 26% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo motiva a generar propuestas de crecimiento en la organización, el 16% indicaron que casi siempre y 56% a veces.

**Interpretación:** Se infiere que más del 50% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios motiva a generar propuestas de crecimiento en la organización.

*Tabla 17: Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a crecer como profesional.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	24	48,0	48,0	48,0
	Casi siempre	19	38,0	38,0	86,0
	Siempre	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 17. Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a crecer como profesional.*

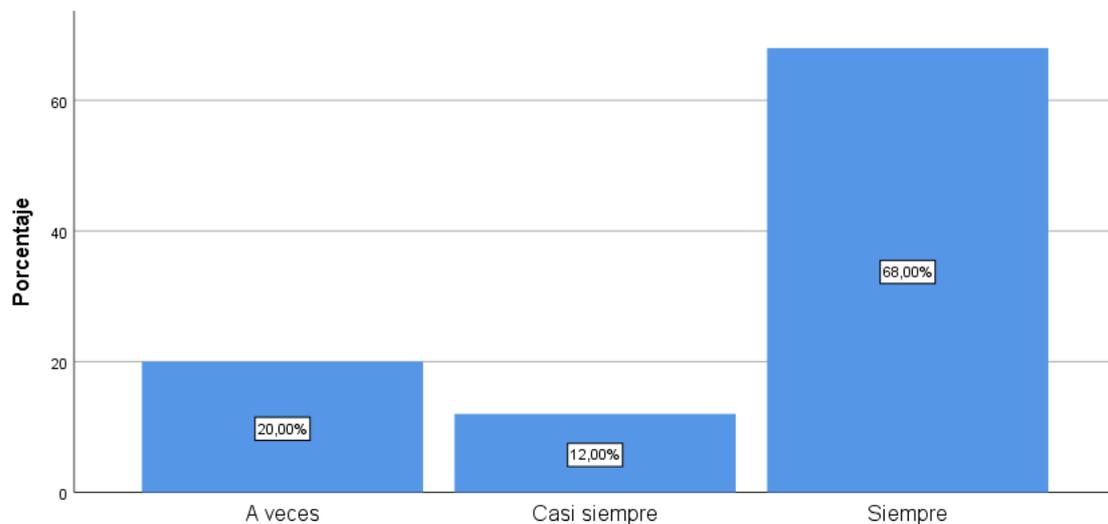
**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 14% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo motiva a crecer como profesional, el 38% indicaron que casi siempre y 48% a veces.

**Interpretación:** Se infiere que más del 40% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios motiva a crecer como profesional.

*Tabla 18: Considero que la empresa Staff de negocios respeta las opiniones de cada miembro de la organización.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	10	20,0	20,0	20,0
	Casi siempre	6	12,0	12,0	32,0
	Siempre	34	68,0	68,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 18. Considero que la empresa Staff de negocios respeta las opiniones de cada miembro de la organización.*

**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 68% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo respeta las opiniones de cada miembro de la organización, el 12% indicaron que casi siempre y 20% a veces.

**Interpretación:** Se infiere que más del 50% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios respeta las opiniones de cada miembro de la organización.

Tabla 19: Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a lograr los objetivos de la organización.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	13	26,0	26,0	26,0
	Casi siempre	3	6,0	6,0	32,0
	Siempre	34	68,0	68,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*

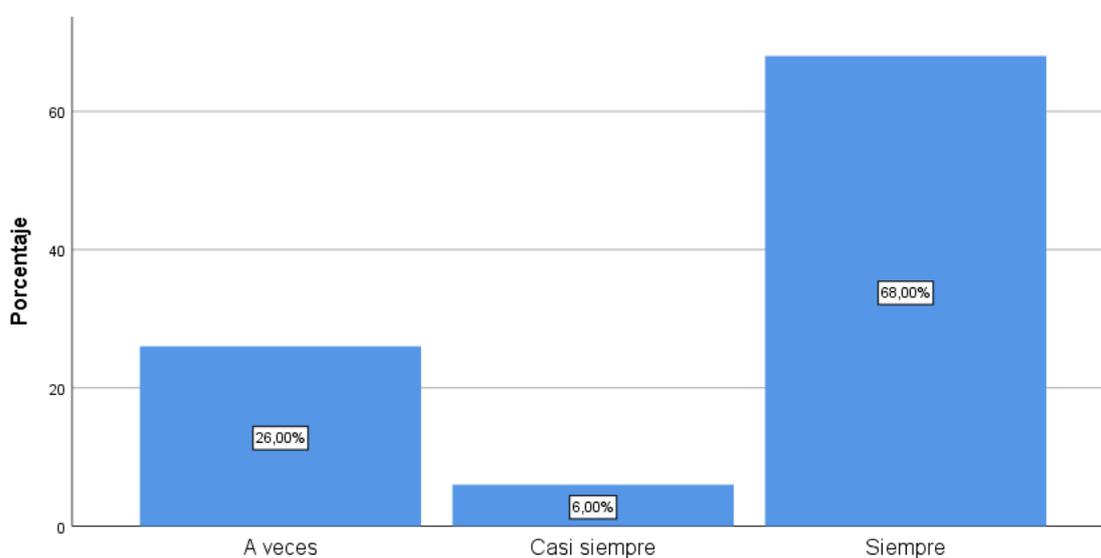


Gráfico 19. Considero que la empresa Staff de negocios me motiva a lograr los objetivos de la organización.

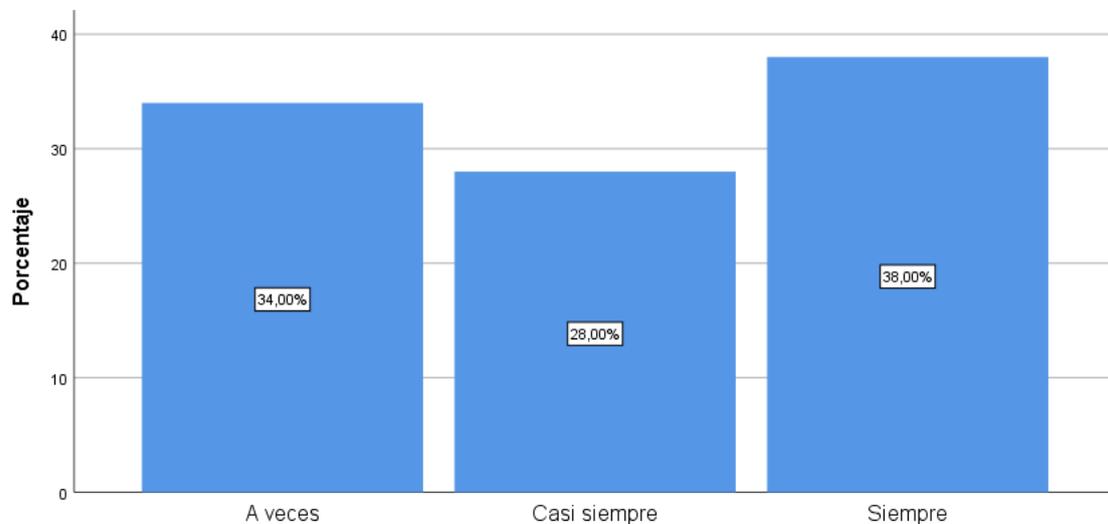
**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 68% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en Surquillo motiva a lograr los objetivos de la organización, el 06% indicaron que casi siempre y 26% a veces.

**Interpretación:** Se infiere que más del 50% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios motiva a lograr los objetivos de la organización.

*Tabla 20: Considero que la empresa Staff de negocios comunica la importancia de mi trabajo en la organización.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	17	34,0	34,0	34,0
	Casi siempre	14	28,0	28,0	62,0
	Siempre	19	38,0	38,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia.*



*Gráfico 20. Considero que la empresa Staff de negocios comunica la importancia de mi trabajo en la organización.*

**Descripción:** Del presente gráfico se observa que el 38% del total de los colaboradores de la empresa Staff de Negocios ubicada en comunica la importancia del trabajo en la organización, el 28% indicaron que casi siempre y 34% a veces.

**Interpretación:** Se infiere que más del 30% los colaboradores de la empresa Staff de Negocios comunica la importancia de mi trabajo en la organización.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, ARGOTE MOREAU JAVIER ERNESTO, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "VALORACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA STAFF DE NEGOCIOS. SURQUILLO. 2021", cuyo autor es MALASQUEZ REYES CARLA ELENA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 16 de Diciembre del 2021

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ARGOTE MOREAU JAVIER ERNESTO <b>DNI:</b> 08018500 <b>ORCID</b> 0000-0002-5950-7848	Firmado digitalmente por: JARGOTE el 16-12-2021 16:35:54

Código documento Trilce: TRI - 0228035