



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**Comunicación interna en colaboradores de la empresa Evolution
Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTORAS:

Santin Zea, Maria Alejandra (Orcid: 0000-0002-4660-4614)

Valencia Peña, Anguell (Orcid: 0000-0002-1196-5137)

ASESOR:

Mgtr. Seminario Bravo, Aldo Maximiliano (Orcid: 0000-0002-1784-0853)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA — PERÚ

2022

Dedicatoria

Principalmente dedicárselo a Dios por darnos la oportunidad de vivir y permitirnos cumplir con nuestros objetivos. A nuestros padres y familiares por apoyarnos a seguir adelante y a no rendirnos.

Agradecimiento

Principalmente agradecer a nuestros padres y familiares por estar ahí con nosotros y alentarnos a seguir adelante, al Dr. Aldo Lama Morales por asesorarnos en nuestra investigación y al gerente general Jean Carlo Robles Arismendiz por permitirnos desarrollar nuestro proyecto de investigación en Evolution Center Fit.

Índice de contenido

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de Tablas	v
Índice de Figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. MARCO METODOLÓGICO	11
3.1 Tipo y Diseño	11
3.2. Variables y Operacionalización	11
3.3 Población y muestra	12
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	12
3.5. Procedimientos	14
3.6. Método de análisis de datos	14
3.7. Aspectos éticos	15
IV. RESULTADOS	16
V. DISCUSIÓN	20
VI. CONCLUSIONES	27
VII. RECOMENDACIONES	28
REFERENCIAS	29
ANEXOS	34

Índice de Tablas

Tabla 1	Niveles de interpretación de la variable y sus dimensiones	13
Tabla 2	Fiabilidad del Coeficiente Alfa de Cronbach	14
Tabla 3	Nivel de comunicación interna en Evolution Center Fit	16
Tabla 4	Dimensión C. Descendente en colaboradores de Evolution Center Fit	17
Tabla 5	Dimensión C. Ascendente en colaboradores de Evolution Center Fit.	18
Tabla 6	Dimensión C. Horizontal en colaboradores de Evolution Center Fit.	19

Índice de Figuras

Figura 1 Nivel de comunicación interna	16
Figura 2 Dimensión comunicación descendente	17
Figura 3 Dimensión comunicación ascendente	18
Figura 4 Dimensión comunicación horizontal	19

Resumen

La presente investigación estuvo orientada a analizar la comunicación interna en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit de la sede San Juan de Miraflores. La metodología empleada fue enfoque cuantitativo, tipo básica de nivel descriptivo y diseño no experimental. Asimismo, como teoría principal se tuvo al autor Ongallo. El instrumento que se empleó fue el cuestionario de 24 preguntas y como técnica de recolección de datos, se utilizó la encuesta conformada por 40 colaboradores de la organización.

Los resultados procesados a través de tablas y gráficos, nos indican que en la variable comunicación interna destaca un nivel medio de 47,5%, y en el caso, de las dimensiones también sobresale un nivel regular; comunicación descendente con 50%, comunicación ascendente con 42,5% y comunicación horizontal con 35% de sus colaboradores. De esta manera, en la presente investigación se concluyó que se emplea la comunicación interna entre directivos y colaboradores de forma moderada.

Palabras claves: Comunicación Interna, Comunicación Ascendente, Comunicación Descendente, Comunicación Horizontal.

Abstract

The next research was addressed to analyze the internal communication in collaborators of the company Evolution Center Fit of the San Juan de Miraflores main office. The methodology carried out, was a quantitative approach, a basic type of descriptive level, and a non-experimental design. Likewise, the author Ongallo was taken as the main theory. The instrument that was used was a questionnaire of 24 questions and as a data collection technique, the survey made up of 40 collaborators about the organization was acquired. The results processed through tables and graphs do not indicate that in the variable internal communication an average level of 47.5% pulls ahead, and in the case, a regular level also stands out from the dimensions; descending communication by 50%, ascending message by 42.5% and horizontal announcement with 35% of their collaborators. In this way, in the present investigation it was concluded that internal communication between managers and collaborators is used in a moderate way.

Keywords: Internal Communication, Upward Communication, Downward Communication, Horizontal Communication.

I. INTRODUCCIÓN

Adu y Agyin (2014) sostienen que, en estos tiempos, la mayoría de empresarios no suelen prestarles atención a los problemas de comunicación dentro sus organizaciones, olvidando así que la comunicación eficaz permite que la información llegue a todos sus trabajadores. Montoya (2013) citando a Miguel Antezana indica que existe carencia en el sector público ya que no tiene establecido un modelo de comunicación interna. De esta manera, Clampit (2013) señala que una mala gestión de la comunicación puede generar que se pierda el enfoque, la moral y la eficiencia, así, de no resolver esto a tiempo puede llegar a afectar a todas las áreas laborales debilitando las relaciones entre los directivos y colaboradores. Si los trabajadores sienten que sus ideas y opiniones son excluidas dejaran de poner interés en sus actividades y serán poco productivos.

Según Muñiz (2017) en la actualidad surge un nuevo concepto que implica comprender las relaciones humanas centrándose en que directivos y trabajadores poseen los mismos derechos. La administración de la comunicación interna lo que busca es optimizar el flujo de la información y el vínculo que se desarrolla entre los distintos campos laborales dentro de la empresa, por ello, deben ser correctamente planificadas y evaluadas.

Keyton (2017) asegura que la comunicación interna es un instrumento y pilar fundamental para lograr desarrollar un clima laboral idóneo para el progreso tanto de las actividades individuales como grupales. De acuerdo a Castaño (2014) permite obtener un mayor grado de competitividad ya que cuando los colaboradores se mantienen bien informados, conociendo los valores, misión, visión y estrategias de su empresa el desempeño se ve potenciado.

Además, Rodríguez y Vásquez (2018) mencionan que las empresas a nivel internacional se enfrentan a diversos retos que deberán saber sobrellevar y para eso han creado nuevas estrategias como conocer las carencias de comunicación de cada departamento de trabajo y monitorear el flujo de información. Robbins y Judge (2009) mencionan que la comunicación interna les compete a todos los integrantes de la organización desde la dirección general, directivos y empleadores. Todos ellos deben ir en la misma dirección para lograr cumplir sus objetivos de

manera colectiva. Es así, que no solo es informar, si no que se debe obtener un efecto de reacción y respuesta.

Barnett (2021) señala que, en el 2019, la empresa española Calidad Pascual recibió el premio a Mejor Campaña de Comunicación Interna con su proyecto “Embajadores Pascual”. Dicha organización decidió relanzar su marca y su leche de Bienestar Animal, logrando juntar a integrantes del Comité de Dirección y a más de 400 colaboradores. Realizaron la campaña Employee Advocacy que se centró en que los trabajadores de la misma empresa se encarguen de vender los productos a través de las redes sociales. Para ello, fue un trabajo conjunto de las áreas de Recursos Humanos hasta el departamento de Calidad Total, la comunicación horizontal permitió que la coordinación de la información mantuviera la cooperación de todos durante la campaña. Tariszka (2012) sostiene que la comunicación horizontal tiene como objetivo relacionar las diferentes áreas de la empresa con los empleadores, mejorando la integración y fomentando la colaboración.

En el Perú, gran parte de las empresas se están enfocando en la actualidad a promover su comunicación interna ya que saben que les va a permitir un mejor rendimiento de sus colaboradores. Gisbert y García (2014) indican que la comunicación es fundamental porque logra complacer las necesidades de información, tanto de aspectos técnicos como de motivación. Como el caso, de la empresa Sodexo Perú que a fin de lograr que sus trabajadores interactúen empezaron a emplear juegos, concursos y dinámicas en su red social interna para que se sientan involucrados y a la vez informados.

De esta manera, se decidió estudiar la comunicación interna en la empresa Evolution Center Fit de la sede San Juan de Miraflores. Es así, que se conocerá como desarrollan sus estrategias de comunicación dentro de su organización para lograr un buen desempeño por parte de sus colaboradores.

Por tal motivo, se precisó como problema general de la investigación ¿Cómo se presenta la comunicación interna en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022? También tomando en cuenta los siguientes problemas específicos: ¿Cómo se presenta la comunicación descendente en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022?, ¿Cómo se presenta la comunicación ascendente en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de

Miraflores, 2022? y ¿Cómo se presenta la comunicación horizontal en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022? El objetivo general de esta investigación es determinar la comunicación interna en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022. Y sus objetivos específicos son determinar la comunicación descendente en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022, determinar la comunicación ascendente en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022 y determinar la comunicación horizontal en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022.

La justificación de la investigación tras analizar la comunicación interna en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit se observó una deficiencia en la comunicación entre los colaboradores y directivos dentro de la organización. Este estudio quiere analizar desde la perspectiva de los colaboradores de Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores del año 2022, para conocer lo que piensan y entienden de la comunicación interna dentro su empresa. Asimismo, se tiene la justificación teórica que busca, por medio del uso de los conceptos fundamentales de la comunicación interna, comprender la importancia que genera dentro del campo laboral, partiendo desde la problemática de la investigación. Además, como justificación práctica pretende conocer la utilidad de la comunicación interna desde su implementación y los beneficios que permiten una adecuada comunicación en la empresa y un buen desarrollo en las actividades por parte de los colaboradores creando un vínculo de pertenencia y sintiéndose motivados.

Por otro lado, la justificación metodológica permite que mediante la aplicación de las técnicas de investigación como la encuesta ayude a conocer la perspectiva que tienen los colaboradores de Evolution Center Fit, en la sede San Juan de Miraflores, ya que se busca comprender la interpretación acerca del empleo de la comunicación interna en nuestra sociedad actual, de esta manera, saber la importancia de esta herramienta.

II. MARCO TEÓRICO

Para entender mejor el desarrollo de la presente investigación como antecedentes nacionales se encuentra Cahua y Granda (2021), quienes plantean como objetivo identificar la comunicación interna mediante la valoración de los flujos en los trabajadores de Rabbit Glass S.A y Corporation S.A.C. en Lima Norte. Se desarrolló con un enfoque cuantitativo del tipo básica y con un diseño no experimental de nivel descriptivo, empleando el cuestionario en la escala de Likert a 200 colaboradores. Asimismo, se obtuvo como resultados entre la Corporation S.A.C con un 72,73% y la empresa Rabbit Glass S.A. con un 95%. Además, se concluyó que cada corporación alcanzó un alto interés en la comunicación horizontal que en las otras dimensiones.

Góngora (2020) tiene como objetivo de investigación analizar la comunicación interna y la relación que tiene con el compromiso organizacional de los educadores de la institución República de Bolivia de Villa el Salvador. Es un estudio cuantitativo del tipo básica y de diseño no experimental de nivel descriptivo correlacional. Utilizó la encuesta en una muestra de 80 profesores. La correlación de las variables resultó ser moderada con un Rho 0,576. Además, la comunicación interna se destacó con un nivel medio del 37,5%. Asimismo, se concluyó que la comunicación ascendente es la más resaltante, demostrando que si se ejerce la comunicación por parte de los educadores.

Guevara (2020) tiene como objetivo identificar la estructura de la comunicación interna en la Corporación Belleza S.A.C. en Lima. Es un estudio cuantitativo de diseño no experimental y con un descriptivo. Utilizó el cuestionario en escala de Likert en una muestra de 54 trabajadores. Resultó ser que el 51,9% de los encuestados afirman que no evidencia una efectiva comunicación interna, sin embargo, solo el 25,9% aseguran lo contrario, que si existe una comunicación interna en la corporación. Además, concluye que hay una notable escasez en la comunicación ascendente, asegurando que los colaboradores no guardan una buena comunicación con sus superiores.

Sánchez y Wilcamango (2019) en su investigación tienen como objetivo determinar la diferencia de la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Pardo Miguel Naranjos y la Municipalidad Distrital de Soritor en San Martín de

Porres. Es de enfoque cuantitativo con un diseño no experimental de nivel descriptivo, utilizó la encuesta en escala de Likert en 242 colaboradores. Demostró que hay una diferencia notoria en un nivel medio del 56,4% en la Municipalidad de Soritor y con un nivel medio 79,2% en la Municipalidad de Pardo Miguel, asegurando que sí evidencian una positiva comunicación interna. Asimismo, concluye que la comunicación horizontal, la relación entre colaboradores es la más practicada dentro de la organización.

Poma (2019) tiene como objetivo analizar la comunicación interna mediante la valoración de los flujos en los profesores del instituto superior tecnológico Manuel Seoane Corrales en San Juan de Lurigancho. Es de enfoque cuantitativo del tipo básica de diseño no experimental y de nivel transeccional descriptivo, utilizó el cuestionario en la escala de Likert en 76 empleados. Como resultado de la variable obtuvo un nivel alto de 65,8%, y concluyó que si hay una efectiva relación comunicativa entre los maestros y la directiva.

De la presente investigación se encontró y utilizó antecedentes internacionales como Papic (2019) tiene como objetivo analizar la comunicación interna que se presenta en los maestros y directivos de las instituciones educativas de las comunas de la Cisterna y de Pudahuel en Chile. Se desarrolló con un enfoque mixto de diseño no experimental del nivel descriptivo y exploratoria, utilizó como técnica la encuesta en escala de Likert a 245 colaboradores en 22 centros educativos. Los resultados demuestran con nivel alto del 79,4% la existencia de la comunicación ascendente, en un nivel alto del 88,55% la práctica de la comunicación horizontal y con un nivel alto del 81,75% el rendimiento de la comunicación descendente. Concluye que la eficiente comunicación interna mejora la coordinación y la integración entre directivos y maestros dentro de las instituciones.

Vargas (2019) tiene como objetivo de investigación mejorar la comunicación interna como también el desarrollo organizacional en los integrantes de la carrera de comunicación en la Universidad de Guayaquil en Ecuador. Es de enfoque cuantitativo de diseño no experimental y de nivel transversal descriptivo, además, utilizó como técnica la encuesta en escala de Likert en una muestra de 269 alumnos. Como resultado obtuvo que el 59% de los estudiantes afirman que no se identifica una buena comunicación dentro de la institución y solo el 21% opina lo

contrario, por lo tanto, concluye que puede afectar el rendimiento académico de los universitarios de la facultad.

Vivas y Saavedra (2018), quienes tienen como objetivo determinar la comunicación interna y su relación con la calidad de gestión administrativa en el centro Liceo Técnico Amelia Courbis en Chile. Fue desarrollado con un enfoque cuantitativo del diseño no experimental de nivel descriptivo correlacional, utilizando la encuesta en una muestra 75 profesores. Como resultado afirman que, si existe una evidente correlación entre las variables, sin embargo, el 59% considera que no se emplea una comunicación interna adecuada dentro de la institución, concluyendo que le dan mayor importancia a la comunicación entre directivos que hacia sus colaboradores.

Ferro y Lesmes (2018) tienen como objetivo general incrementar la comunicación interna a través de los flujos con el comunigrama en los funcionarios que tienen un correo electrónico de la compañía Flexilatina en Colombia. Fue desarrollado con un enfoque cuantitativo del tipo básica con nivel descriptivo, se tiene como muestra a 24 colaboradores y se utilizó la encuesta como técnica. Y obtuvieron como resultado que si existe una buena comunicación interna en un nivel alto del 75% y que la información fluye con un nivel alto del 66,7 %. Además, concluyen que existe un interés por la efectividad de la comunicación interna en sus colaboradores y que el correo corporativo es presenciado como una de las herramientas más importante de comunicación para él envió de la información.

Cárdenas y Aguilar (2018) tienen como objetivo analizar la comunicación interna a partir de sus flujos en los universitarios pertenecientes al proyecto Ser Pilo Paga de la Universidad Nacional de Colombia. Desarrolló un enfoque mixto de diseño no experimental y de nivel transversal descriptivo. Como instrumento utilizaron un cuestionario en escala de Likert a una muestra de 134 alumnos del programa. Obtienen como resultado en la comunicación descendente en un nivel bajo del 3,7%, en la comunicación ascendente en un nivel bajo de 84,3% y en la comunicación horizontal en un nivel bajo de 65,6%. En conclusión, la comunicación descendente predomina mediante la interacción de los superiores con los estudiantes y también el uso de los medios de comunicación institucional.

Además, es necesario conocer las teorías que permiten entender sobre todo la variable de investigación como Ladino (2017), quien plantea que la comunicación interna, es una necesidad, porque es un proceso por el cual la información se intercambia y llega de diferentes formas a los integrantes de una empresa, tiene como propósito crear un buen entorno laboral que puede garantizar los resultados de los objetivos y propósitos de la organización sin problemas y satisfactoriamente. Además, Ramos, Paredes, Teran y Lema (2017) sostienen que la comunicación interna se desarrolla mediante la difusión de la información entre el emisor y receptor de manera descendente, ascendente y horizontal, así, permite conocer el comportamiento del colaborador para disponer de un buen entorno laboral con el resto de los integrantes corporativos para lograr ejecutar las actividades requeridas de la institución.

Asimismo, las teorías que guardan relación con la variable de la presente investigación como la teoría de Comunicación Organizacional de Fernández (2009), quien lo determina como un proceso fundamental dentro de las organizaciones, lo expone como un procedimiento que posibilita e impulsa los flujos de la información que se desarrolla dentro de una organización, influyendo en la ejecución y la organización de las necesidades, problemas y oportunidades para lograr alcanzar los objetivos de una corporación. Además, está conformado por la comunicación interna y asimismo la comunicación externa.

La Comunicación Interna según, Madsen y Sjöberg (2014) se desarrolla como un trabajo colectivo para lograr recopilar información y datos, así también, conseguir el compromiso por parte de los colaboradores dentro de la empresa. Se busca realizar cambios, proponer conductas interpersonales y construir valores sobre la cultura organizacional. Asimismo, tiene como propósito mantener las buenas relaciones manteniendo informados, integrados y motivados a todos los trabajadores. Para ello, es importante que la comunicación con los directivos sea de manera abierta donde se le permita al trabajador expresar sus ideas y opiniones, de este modo, los objetivos de la organización serán cumplidos con mayor eficiencia y calidad.

La teoría de la comunicación productiva de Nosnik (2003) afirma que la comunicación productiva empieza con la necesidad de un emisor de saber qué es lo que el receptor desea de él para alcanzar sus metas. Es así, que surge de la

retroalimentación que permite dar a conocer las necesidades de los sistemas donde se produce la comunicación para que consiga colaborar en sus objetivos. Como tal, esta se encarga de estudiar los flujos de información e instrumentos de retroalimentación precisos para la mejora del sistema.

La teoría de los Canales de Comunicación Interna de Oyarvide, Reyes y Montaña (2017) manifiestan que sirven como herramienta para transportar los mensajes de la fuente principal al receptor. Por eso mismo, deben ser empleados correctamente dependiendo del público al que va dirigido y el tipo de mensaje que se desea transmitir. Asimismo, buscan mantener el buen desarrollo de los procesos internos a través de los objetivos requeridos de la empresa, asimismo, se debe tomar en cuenta a los mensajes informales para consolidar relaciones y crear confianza entre los colaboradores de una organización. De esta manera, se clasifican en a) canales verticales descendentes que transportan los mensajes desde los directivos hacia los trabajadores; b) en canales verticales ascendentes son usados por los colaboradores para enviar sus mensajes a los superiores; c) canales en horizontales que transfieren los mensajes entre los niveles similares de rango fuera o dentro del mismo departamento; d) en canales transversales que envían los mensajes en todos los niveles institucionales y e) en canales mixtos en donde se trasladan los mensajes en más de dos direcciones.

Además, en la presente investigación se planteó como teoría principal para entender mejor la variable y sus dimensiones a Ongallo (2007), quien asegura que son beneficiosos y productivos para las organizaciones, además, se encargan de direccionar, transmitir y recibir los mensajes entre los colaboradores, incitándolos a integrarse y a participar con las funciones dadas por la misma organización. Dividiéndolos en a) la comunicación descendente que prioriza transmitir los mensajes desde los colaboradores del mismo nivel jerárquico superior hacia el más bajo, es la comunicación que se debe recibir desde un principio para que exista una buena gestión por parte de los integrantes de la organización, y en especial cuando acontezcan problemas que puedan ser solucionados con la participación y compromiso de los colaboradores, además, se encuentra asociado principalmente a cumplir un proceso para que la información requerida se ejecute y mejore la productividad entre los directivos y sus subalternos de una corporación; b) la comunicación ascendente accede a que los miembros de determinada área puedan

informar a sus superiores, además, su deber principal es generar un ambiente de confianza y oportunidad por parte de los mismos directivos para recibir las observaciones y colaboraciones dadas por sus subordinados, a su vez permite que expresen sus ideas, conocimientos, propósitos y problemas con sinceridad, logrando crear así un entorno participativo y favorable para todos los integrantes dentro de la corporación; y c) la comunicación horizontal o lateral pretende crear una relación entre subalternos, quienes transmiten y reciben la información, además, la comunicación fluye entre ellos a través de la integración, la intervención y la cooperación para la ejecución de sus funciones solo si creen que existe un buen entorno laboral.

Asimismo, Montoya y De la Rosa (2014) sostienen que los flujos de comunicación permiten desarrollar una comunicación interna eficaz dentro de una organización, y los clasifican como a) la comunicación descendente es donde los líderes superiores se encargan de transmitir el mensaje a los colaboradores de la organización, además de informar también se encargan de organizar, dirigir, incentivar y motivar a sus subordinados para que exista una buena relación dentro de dicho entorno; b) la comunicación ascendente es donde se transmite el mensaje a partir de los colaboradores hacia sus directivos o superiores de una organización, además, permite la existencia de un entorno en donde los subordinados se sientan aceptados, seguros y valorados para participar y compartir sus ideas, pensamientos y recomendaciones para lograr generar una buena gestión dentro la corporación; y c) la comunicación horizontal es la relación en donde entre colaboradores se transmiten la información, asimismo, para que exista una buena organización, distribución y responsabilidad de sus obligaciones dentro de la organización.

Peiró y Bresó (2012) mencionan que la comunicación interna es la necesidad de una organización que mejora el desempeño de cada colaborador. Además, las corporaciones deben tomar en cuenta un ambiente en la cual los colaboradores se sientan cómodos, motivados y participativos para expresar y transmitir la información necesaria a través de una buena comunicación interna. De igual manera Vora y Patra (2017) plantean que la comunicación interna es un beneficio de largo plazo que promueve el compromiso interno. Según Rivera (2015) se podrá planificar y utilizar diferentes estrategias para ejecutar los objetivos de las organizaciones, sin embargo, si los colaboradores no saben, no comprenden y ni

quiera sienten el impulso de desempeñar bien su labor, entonces no existirá un buen trabajo en equipo, menos se procederá a obtener una buena producción y peor aún perjudicaría a la organización.

Brönstrup, Godoi y Ribeiro (2007) manifiestan que la comunicación dentro de las organizaciones es un proceso entre dos o más personas que comparten ideas e información para conocer y analizar desde cada perspectiva. Tiene como objetivo entender dichos mensajes recibidos para la construcción de una conclusión.

Rosenfeld, Richman y May (2004) afirman que los directivos deben de mantener bien informados a sus colaboradores, es así, que tengan claro su función en la empresa y la importancia de su participación en los procesos. De esta forma, se obtendrá un óptimo desenvolvimiento y contribución a alcanzar los objetivos trazados. Según Jo y Shim (2005) plantean que fomentar la confianza permite mejorar el desarrollo de actividades dentro de la empresa porque se logra una mayor cooperación por parte de los trabajadores. De tal manera, los directivos deben incentivar a su personal. Además, Verghese (2017) asegura que los colaboradores son un pilar importante en la organización por ello se debe mejorar la calidad de una buena comunicación efectiva.

Morgan, Reynolds, Nelson, Johanningmeier, Griffin y Andrade (2004) sostienen que la identificación permite preservar la buena reputación pública de una empresa, ya que los colaboradores comparten el buen clima laboral y las experiencias positivas que tienen con conocidos. De lo contrario, un mal manejo de la comunicación interna donde no se respeta sus opiniones desemboca en transmitir historias negativas que perjudican la imagen de la organización. Jakubiec (2019) sostiene que la falta de comunicación resulta perjudicial por lo tanto implementar estrategias permite mejorar la imagen corporativa tanto interna como externa. Asimismo, Pîrjol y Radomir (2017) afirman que los integrantes de una organización deben compartir más que información para lograr un óptimo entorno organizacional. Además, Bosch, Riumalló y Morgado (2021) consideran que a través de las diferentes actividades que estimulen la productividad laboral se podrá construir una comunicación positiva que promoverá la unión y creatividad entre los colaboradores tras desempeñar satisfactoriamente su rol dentro la organización.

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y Diseño

La presente investigación es de enfoque cuantitativo; Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican que siguen un modelo lógico y deducible que pretende comprobar las variantes de la investigación a través de resultados efectivos y confiables.

La presente investigación es del tipo básica, Escudero y Cortez (2017) afirman que este tipo de investigación se caracteriza principalmente porque son bases teóricas, que buscan encontrar y profundizar a partir de estos principios los conocimientos de hechos y manifestaciones.

Además, es un estudio de nivel descriptivo, Ochoa y Yunkor (2021) fundamentan que se debe tener conocimiento acerca de las actitudes, costumbres y situaciones dominantes mediante la descripción precisa de los individuos, acciones y propósitos.

El diseño es no experimental, Hernández et al. (2014) aseguran que es un estudio que no busca manipular las variables, se encarga de ver las situaciones en su entorno natural para luego ser analizadas.

3.2. Variables y Operacionalización

Variable Comunicación interna

Definición conceptual

Ongallo (2007) la define como la responsable de direccionar, transmitir y recibir los mensajes entre los colaboradores para mejorar el rendimiento y productividad laboral dentro de la organización, además, incentiva la integración y coordinación de sus funciones para ejecutarlos satisfactoriamente.

Definición operacional

En la presente investigación se operacionalizo la variable a través de un cuestionario que cuenta con un total de 24 preguntas divididas en tres dimensiones: 8 ítems en la dimensión de Comunicación Descendente, 7 ítems en la dimensión de Comunicación Ascendente y 9 ítems en la Comunicación horizontal. (Ver en anexo 1)

Indicadores

Correspondiente a la dimensión comunicación descendente es información (4 ítems) y estimulación (4 ítems). Correspondiente a la dimensión comunicación ascendente es confianza (4 ítems) y responsabilidad (3 ítems). Correspondiente a la dimensión horizontal es motivación (3 ítems), trabajo en equipo (4 ítems) y empatía (2 ítems).

Escala de medición: Likert – Ordinal

3.3 Población y muestra

Población

Pineda, De Alvarado y De Canales (1994) señala que la población es un grupo de individuos de los que se quiere saber un tema en común dentro de un estudio. Para esta investigación se aplicó una encuesta a 40 colaboradores, entre ellos entrenadores, profesores de clases grupales, asesoras deportivas, asesoras de ventas, nutricionista, comunicadores audiovisuales y administrativos de la empresa Evolution Center Fit del rubro fitness en San Juan de Miraflores.

En criterios de inclusión están todos los colaboradores de turno mañana y turno tarde de Evolution center Fit en la sede San Juan de Miraflores, asimismo, no se encuentran criterios de exclusión.

Muestra

Es la fracción fundamental que le pertenece a la población, según Balestrini (2008). La muestra es censal debido a que se encuestó a todos los colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores.

Muestreo

No fue aplicado, debido a que la población y la muestra son lo mismo.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Según Carrasco (2005) La encuesta es considerada como una técnica para la investigación que sirve para la exploración, la averiguación y recolección de datos a través del cuestionario que es contestada de manera indirecta por los individuos que forman parte de la investigación.

El instrumento utilizado es el cuestionario que será calificado mediante la escala de Likert y se encuentra conformado por 24 ítems de las tres dimensiones de la comunicación interna. Según Hernández et al. (2014) la escala de Likert conocida también como escala aditiva, establece que ciertos números de aserción son analizados y calificados para la validación de resultados a partir de los ítems.

Ficha Técnica del Instrumento de Recolección de Datos

Cuestionario para la Comunicación Interna

Autor: Ongallo

Lugar: Evolution Center Fit

N.º de ítems: 24

Adecuación: Propia

Gestión del tiempo: 20 minutos

Sujetos de aplicación: 40 colaboradores

Estructura: Cuenta con cinco alternativas para responder en escala de Likert y fue establecido como: nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre. Niveles de interpretación: bajo (46-69), medio (70-93) y alto (94-115).

Tabla 1

Niveles de interpretación de la variable y sus dimensiones

Niveles	Variable	C. Descendente	C. Ascendente	C. Horizontal
Bajo	46-69	12-20	12-19	19-27
Medio	70-93	21-29	20-27	28-36
Alto	94-115	30-38	28-35	37 -45

Validación y confiabilidad del instrumento

Para la presentación de la validez del contenido del instrumento se consideró el juicio de tres expertos, entre ellos la Mg. Lusmila Victorovna Repetto Tkachenko (Maestra en Gestión Pública), la Mg. Katterine Herrera Paucar (Maestra en Educación) y el Mg. Luis Alberto Chávez Ramos (Maestro en Comunicación para el desarrollo). (ver anexo 4)

Tabla 2

Fiabilidad del Coeficiente Alfa de Cronbach

Cuestionario	Alfa de Cronbach	N de elementos
Comunicación Interna	0,954	24

Interpretación

El coeficiente de Alfa de Cronbach para la variable de la presente investigación determinó un 0,954 demostrando la alta fiabilidad del instrumento.

3.5. Procedimientos

Una vez obtenida la validación por parte de los profesionales y el desarrollo de la prueba piloto para conocer la fiabilidad del instrumento. Se envió una carta a la empresa Evolution Center Fit de San Juan de Miraflores para solicitar permiso previo para la realización de la encuesta. Es así, que se evaluaron a 40 colaboradores para el desarrollo de esta investigación.

3.6. Método de análisis de datos

Mediante la aplicación de la encuesta a los colaboradores de la empresa Evolution Center Fit para la recolección de datos, se utilizó el software Microsoft Excel para la técnica de baremación, después se utilizó el programa SPSS de la versión 26 para calcular los resultados que se obtuvo de las interrogantes del instrumento mediante tablas que obtienen valores porcentuales. A fin de que los resultados sean analizados a través de diagramas de barras, y que los registros obtenidos sean interpretados y planteados para el desarrollo de la discusión y conclusión.

3.7. Aspectos éticos

Se respetó la autoría de cada experto en los antecedentes nacionales, internacionales y teorías, así también como, la privacidad de los estudiantes que fueron encuestados y no se realizó ningún tipo de manipulación a sus respectivas respuestas. Además, se respetó la guía de elaboración de tesis de la universidad.

III. RESULTADOS

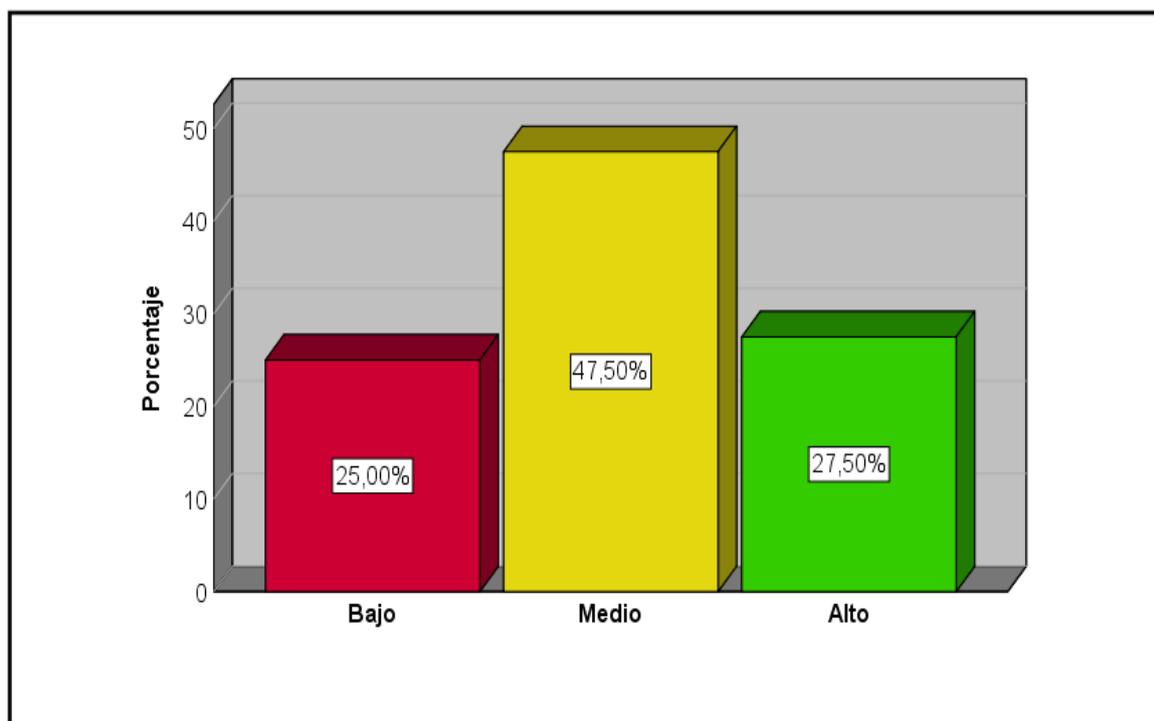
Tabla 3

Nivel de comunicación interna en Evolution Center Fit.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Bajo	10	25,0
Medio	19	47,5
Alto	11	27,5
Total	40	100,0

Figura 1

Nivel de la comunicación interna



En la tabla 3 y figura 1, se observa que los colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en San Juan de flores opinan que la comunicación interna es deficiente con un nivel bajo de 25%, en cambio, para el 47,5% la percibe con un nivel medio y, así, el 27,5% con un nivel alto consideran que es eficiente.

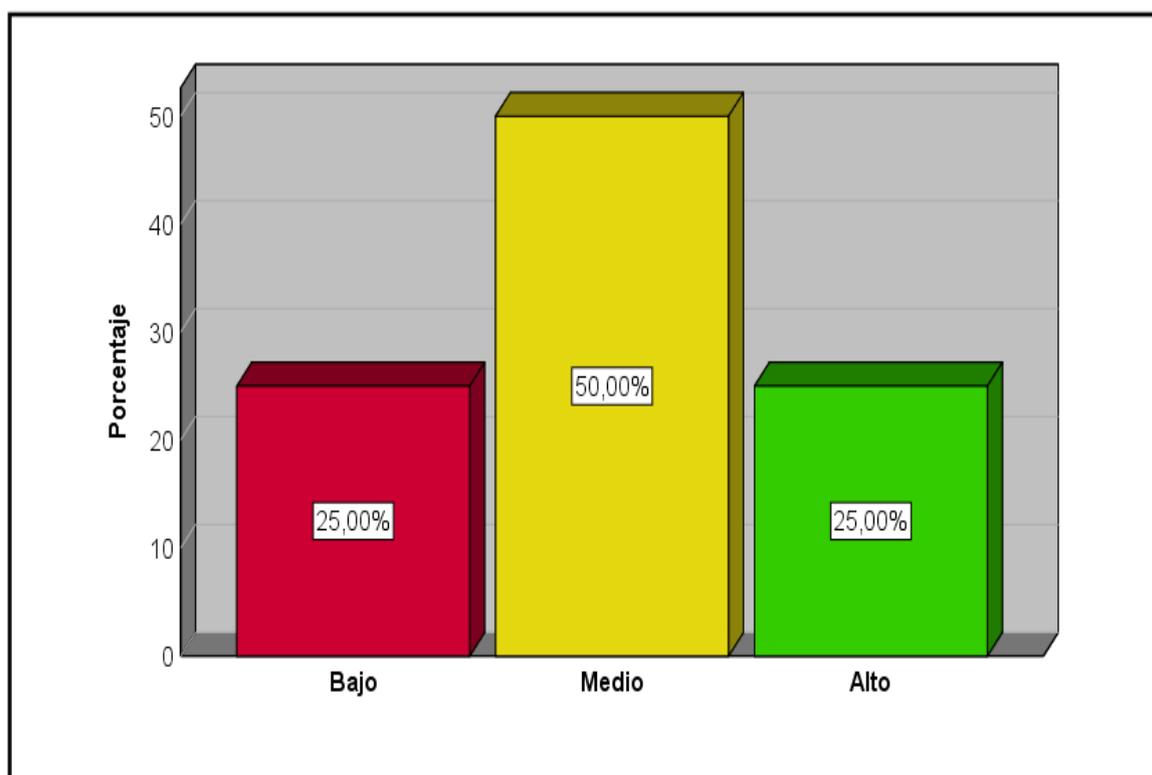
Tabla 4

Dimensión C. Descendente en colaboradores de Evolution Center Fit

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Bajo	10	25,0
Medio	20	50,0
Alto	10	25,0
Total	40	100,0

Figura 2

Dimensión comunicación descendente



En la tabla 4 y figura 2, se observa que los colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en San Juan de flores opinan que la comunicación descendente es deficiente con un nivel bajo de 25%, mientras que, el 50% la percibe con un nivel medio y el 25% con un nivel alto que es eficiente.

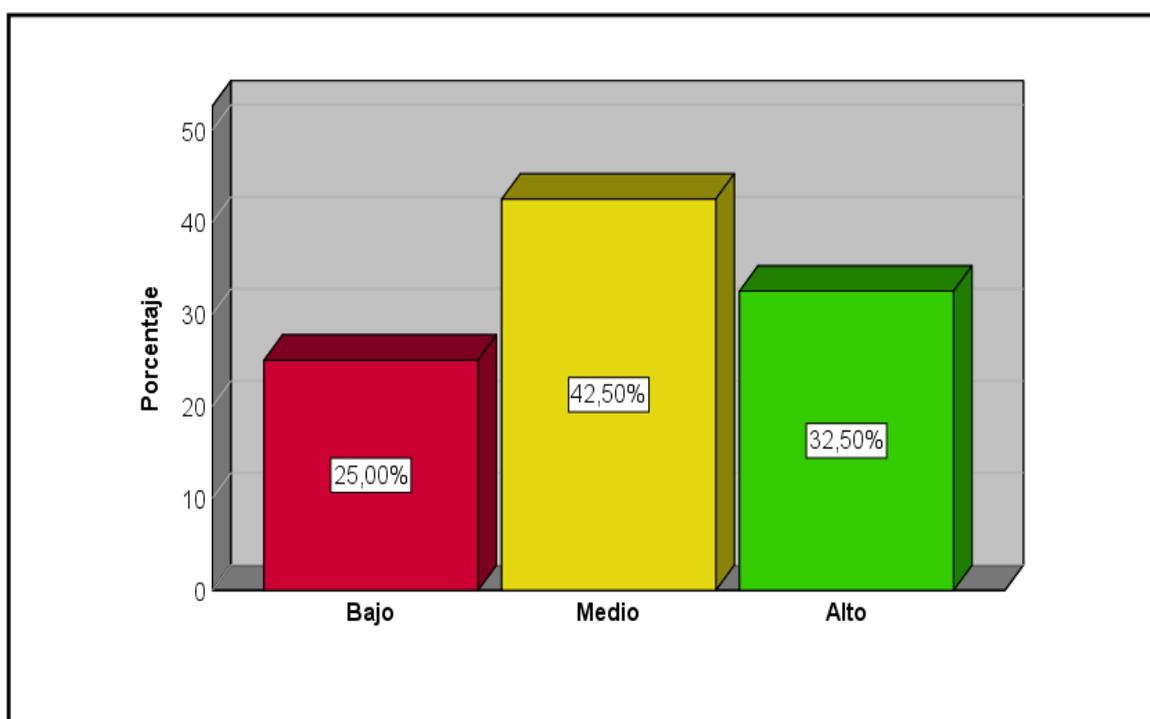
Tabla 5

Dimensión C. Ascendente en colaboradores de Evolution Center Fit

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Bajo	10	25,0
Medio	17	42,5
Alto	13	32,5
Total	40	100,0

Figura 3

Dimensión comunicación ascendente



En la tabla 5 y figura 3, se muestra que los colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en San Juan de flores opinan que la comunicación ascendente es deficiente con un nivel bajo de 25%, entretanto, el 42,5% la percibe con un nivel medio y el 32,5% con un nivel alto que es eficiente.

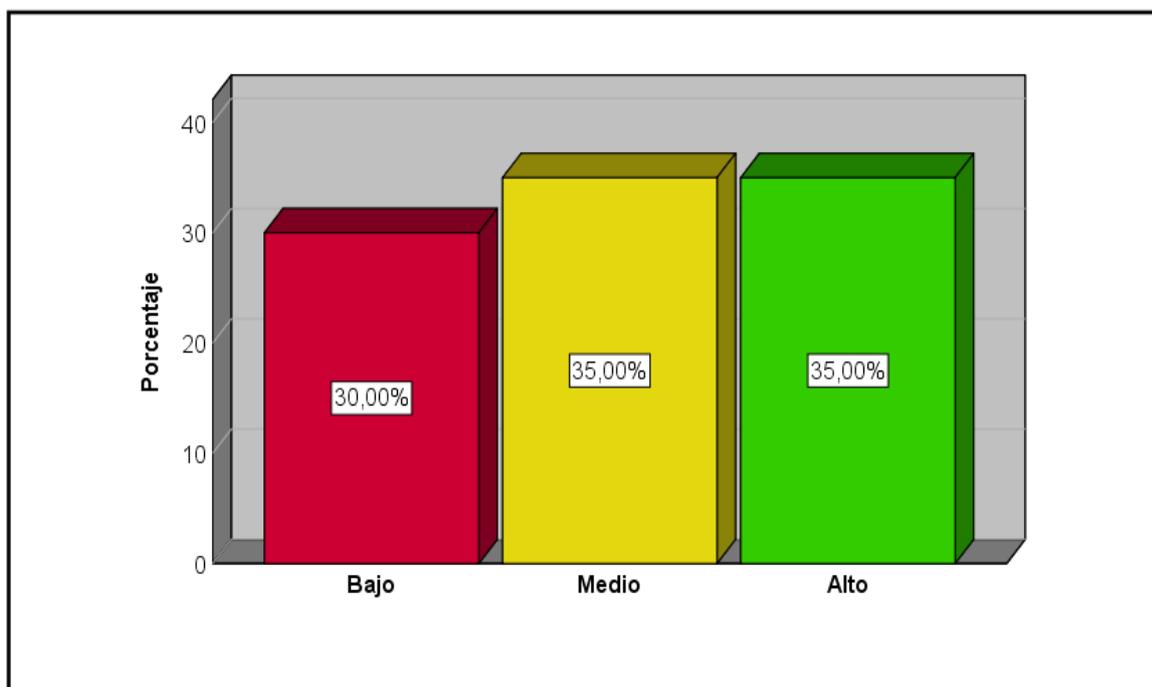
Tabla 6

Dimensión C. Horizontal en colaboradores de Evolution Center Fit

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Bajo	12	30,0
Medio	14	35,0
Alto	14	35,0
Total	40	100,0

Figura 4

Dimensión comunicación horizontal



En la tabla 6 y figura 4, se aprecia que los colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en San Juan de flores consideran a la comunicación horizontal deficiente con un nivel bajo del 30%, en tanto, el 35% opinan que mantiene un nivel regular y, además, el 35% de nivel alto consideran que es eficiente.

IV. DISCUSIÓN

Respecto al objetivo general de la presente investigación determinar la comunicación interna en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit, para alcanzar el objetivo se empleó un cuestionario de 24 ítems para la recopilación de datos en una muestra de 40 colaboradores, asimismo, en relación a los resultados se presentaron que la mayoría de los colaboradores consideran que la comunicación interna se da con un nivel medio del 47,5%, que difiere con lo obtenido por Guevara (2020), quien obtuvo un nivel bajo en el 51,9% de sus encuestados que afirman que la comunicación interna es deficiente. Así se evidencio que es de importancia crear un entorno laboral en donde los colaboradores se puedan sentir motivados y comprometidos con lo propuesto por la organización, de esta manera, Ongallo (2007) asegura que la comunicación interna tiene como propósito enviar y recibir mensajes entre los colaboradores para mejorar la productividad dentro de la empresa. Según Rivera (2015) se podrán crear diferentes estrategias para ejecutar los propósitos de la organización, sin embargo, si los colaboradores no se sienten motivados en desempeñar bien su función, entonces no cumplirán con lo propuesto y podría perjudicar a la organización.

Respecto al primer objetivo específico de la presente investigación determinar la comunicación descendente en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit, se obtuvo como resultado en el nivel medio que el 50% de los encuestados afirman que la comunicación descendente es moderada. Resultados enunciados difieren con lo obtenido por Poma (2019) con un nivel alto del 61,9% y coinciden con los resultados de Cárdenas y Aguilar (2018), quienes presentaron un nivel alto del 73,1%; evidenciando que la información que los directivos brindan es clara, precisa y accesible para los colaboradores, sin embargo no es constante, y sería más efectiva si estos evalúan los resultados obtenidos y apoyan de forma inmediata a los colaboradores para realizar las acciones correctivas para así no perjudicar los propósitos de la organización. Por ello, es necesario fomentar la integración y participación de los trabajadores. Ongallo (2007) afirma que la buena

comunicación surge a partir de los superiores o directivos de una organización que priorizan que la información llegue directamente a sus colaboradores.

Respecto al segundo objetivo específico de la presente investigación determinar la comunicación ascendente en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit, se obtuvo como resultado que el 42,5% de un nivel medio sostienen que la comunicación ascendente se demuestra de forma moderada, dichos resultados coinciden con la investigación de Sánchez y Wilcamango (2020) que cuentan con un nivel medio del 42,7% en la Municipalidad Soritor y con un nivel medio del 74,4% en la Municipalidad Pardo Miguel demostrando que sí existe una eficiente comunicación entre los colaboradores hacia sus directivos; lo que evidencia que se sienten en confianza de expresar sus opiniones, sin embargo, algunos sostienen que los directivos no prestan atención a la información brindada por sus colaboradores haciéndolos sentir no valorados y quitándoles la iniciativa de querer solicitar apoyo ante un problema presentado en la organización. Según Ongallo (2007) si la información entregada por los colaboradores llega con éxito a sus superiores significa que existe un entorno laboral de confianza en donde pueden expresarse libremente y participar en desarrollar los propósitos de la organización.

Respecto al tercer objetivo específico de la presente investigación determinar la comunicación horizontal en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit, se obtuvo como resultado que el 35% de un nivel medio sostienen que la comunicación horizontal se demuestra de forma moderada, dichos resultados coinciden con la investigación de Góngora (2020) que cuenta con un nivel medio del 37,5% de sus encuestados afirman que la comunicación entre asociados es eficiente, sin embargo, estos resultados coinciden con el estudio de Guevara (2020) donde el 50% de sus encuestados aseguran con un nivel medio la relación de comunicación que se da entre trabajadores. Evidenciando que la comunicación entre colaboradores si permite que compartan sus ideas, propuestas y preocupaciones. De esta manera, es necesario fomentar el compañerismo entre los colaboradores, para que exista una buena comunicación, sin temores y sincera que permitirá que el trato entre ellos sea de manera positiva. Así como lo afirma

Ongallo (2007) que la buena relación entre colaboradores para transmitir y recibir la información permite que exista la intervención y cooperación que posibilite la realización de sus ocupaciones dentro de la organización.

V. CONCLUSIONES

Primera: La eficiencia de la comunicación interna resalta con nivel moderado en la empresa Evolution Center Fit entre los trabajadores y directivos, con un nivel alto de 27,5%, un nivel medio de 47,5% y un nivel bajo de 25%.

Segunda: La comunicación descendente se destaca con un nivel moderado en la empresa Evolution Center Fit por parte de los directivos con los colaboradores, con un nivel alto de 25%, un nivel medio de 50% y un nivel bajo de 25%.

Tercera: La comunicación ascendente se destaca con un nivel moderado en la empresa Evolution Center Fit por parte de los colaboradores con los directivos, con un nivel alto de 32,5, un nivel medio de 42,5% y un nivel bajo de 25%.

Cuarta: La comunicación horizontal que se da entre los colaboradores de la empresa Evolution Center Fit es favorable, posee un nivel alto de 35%, un nivel medio de 35% y un nivel bajo de 30%.

VI. RECOMENDACIONES

Primero: Se sugiere al gerente de la empresa Evolution Center Fit que permanezca en constante comunicación con sus colaboradores a través de capacitaciones, reuniones y eventos con el propósito de que logre crear un buen ambiente laboral y exista una óptima relación con y entre sus colaboradores sin diferencia alguna.

Segundo: Se sugiere al gerente de la empresa Evolution Center Fit que estén en constante comunicación con sus colaboradores, como también estimular el esfuerzo y la participación para que se sientan comprometidos y motivados con sus funciones mediante incentivos que les motive a seguir trabajando.

Tercero: Se sugiere al gerente de la empresa Evolution Center Fit permitirles a sus colaboradores expresar sus ideas y opiniones, asimismo, darles la oportunidad de tomar decisiones importantes para que logren conectarse con la organización.

Cuarto: Se sugiere al gerente y a los directivos de la empresa Evolution Center Fit realizar cada cierto tiempo dinámicas o eventos para que sus colaboradores se integren y se conozcan mejor, de esta manera, entrarán más en confianza y compartirán entre ellos sus metas y gustos personales, fomentando así el compañerismo y trabajo en equipo.

REFERENCIAS

- Adu Oppong, A. A. y Agyin Birikorang, E. (2014). Communication in the Workplace: Guidelines for Improving Effectiveness. *Global Journal of Commerce & Management Perspective*, 3(5), 209-210. <https://www.longdom.org/articles/communication-in-the-workplace-guidelines-for-improving-effectiveness.pdf>
- Barnett Guillén, L. E. (2021). Comunicación interna y calidad de servicio en los condominios administrados por la empresa W&M Security S.A.C. - Lima. 2019 [Tesis de Maestría, Universidad Católica Sedes Sapientiae]. <http://repositorio.ucss.edu.pe/handle/UCSS/967>
- Bosch, M. J. Riumalló, M. P. y Morgado, M. (2021). Comunicación Corporativa: Una Herramienta Estratégica. ESE Business School Chile Universidad de los Andes. https://www.esec.cl/esec/site/artic/20210329/asocfile/20210329154138/_19__guia_comunicacion_corporativa.pdf
- Brönstrup Silvestrin, C., Godoi, E. y Ribeiro, A. (2007). Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional. *Signo y Pensamiento*, 16(51). 28-30 <https://www.redalyc.org/pdf/860/86005104.pdf>
- Cahua Alcedo, K. G. y Granda Alarcón, J. B. (2021) *Valoración de los flujos de comunicación interna en colaboradores de dos empresas de manufacturas de Lima Norte, 2021* [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/80234>
- Cárdenas Valencia, L. E. y Aguilar Vélez, B. D. (2018). Incidencia de la Comunicación Interna con los estudiantes del programa ser Pilo Paga de la Universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín. *Revista CEA*, 4(8), 36-44. <https://revistas.itm.edu.co/index.php/revista-cea/article/view/1046/997>

- Carrasco, S. (2005). Metodología de la Investigación Científica. Editorial San Marcos.
- Castañó, S. (25 de junio de 2014). Comunicación interna, motivación y éxito empresarial. Pnnoticias.
<https://www.estudiodecomunicacion.com/2014/06/26/comunicacion-interna-exito-y-motivacion/>
- Clampitt, P. (2013). Communicating for Managerial Effectiveness: Problems, Strategies, Solutions. SAGE Publications.
- Escudero Sánchez, C. L. y Cortez Suárez, L. A (2017). Técnicas y Métodos Cualitativos para la Investigación Científica. Editorial UTMACH.
- Ferro Sanabria, S. y Lesmes Rodríguez, D. J. (2018). Mejoramiento del flujo de la comunicación interna en la empresa Flexilatina de Colombia por medio de un comunigrama dirigido a los funcionarios que cuentan con correo electrónico corporativo [Tesis de Licenciatura, Universidad Cooperativa de Colombia]. <http://104.192.4.203:8082/handle/20.500.12494/7846>
- Fernández Collado, C. (2009). La comunicación en las organizaciones. Trillas.
<https://bit.ly/32nfx6R>
- Guevara Peralta, S. A. (2020). *Comunicación interna en la corporación belleza S.A.C, Lima 2020* [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/53183>
- Gisbert Soler, V. y García Tripijana, T. (2014). Los problemas de comunicación en la empresa familiar. *Revista 3C Empresa*, 3(3), 181-184.
<https://www.3ciencias.com/articulos/articulo/los-problemas-de-comunicacion-en-la-empresa-familiar/>
- Góngora Labajos, N. J. (2020). *Comunicación interna y compromiso organizacional de los docentes del centro de educación básica alternativa República de*

Bolivia, Villa El Salvador, 2019 [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/43436>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la Investigación, Sexta Edición. México: McGraw Hill Education.

Jo, S. and Shim, Y. (2004). Media or Personal Relations? Exploring Media Relations Dimensions in South Korea. *Revista Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(2), 292-306. <https://doi.org/10.1177/107769900408100205>

Jakubiec, M. (2019). The importance of internal communication for management of an organization. *Scientific Papers Of the Silesian University of Technology - Organization and Management Series*, (134), 47-48. <https://www.arch.polsl.pl/wydzialy/ROZ/ZN/Documents/zeszyt%20134/Jakubiec.pdf>

Keyton, J. (2019). Communication in Organizations. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 4, 506-507. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032516-113341>

Ladino Marin, P. C. (2017). Comunicación organizacional. Fondo editorial Areandino, 1, 8-11. <https://core.ac.uk/download/pdf/326426219.pdf>

Madsen, D, y Sjöberg, G. (2014). Internal Communication - A quantitative case study at Specma Seals AB. Independent Degree Project, Linnaeus University.

Montoya Robles, M. de J. y De la Rosa Gutiérrez, L. (2014). Flujos de comunicación en organizaciones privadas de Tijuana. *Revista Razón y Palabra*, 18(87), 8-10. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199531505010>

Montoya, K. (30 de julio de 2013). La comunicación interna es la gran abandonada en las estrategias de las empresas. *Gestión*. <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/comunicacion-interna-gran-abandonada-estrategias-empresas-44367-noticia/?ref=gesr>

- Morgan, J.M., Reynolds, C.M., Nelson, T.J., Johanningmeier, A.R., Griffin, M., y Andrade, P. (2004). Tales from the Fields: Sources of Employee Identification in Agribusiness. *Revista Management Communication Quarterly*, 17(3), 360-395. <https://doi.org/10.1177/0893318903258169>
- Muñiz González, R. (2017). Marketing en el siglo XXI. CEF; 5a edición.
- Nosnik Ostrowiak, A. (2003). Comunicación Productiva: Un Nuevo Enfoque Teórico. *Razón y Palabra*. 1(34), 112. <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n34/anosnik.html>
- Ochoa, J. y Yunkor, Y. (2021). El estudio descriptivo en la investigación científica. *Universidad Autónoma del Perú*. 2(2), 5-7. <http://revistas.autonoma.edu.pe/index.php/AJP/article/view/224/191>
- Ongallo, A. (2007). Manual de Comunicación: Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones. Editorial Dykinson S.L.
- Oyarvide Ramírez, H. P., Reyes Sarria, E. F. y Montaña Colorado, M. R. (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. *Revista Dominio de las Ciencias*, 3(4), 305-306. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/687>
- Papic Domínguez, K. (2019). Los tipos de comunicación organizacional interna en establecimientos educacionales municipalizados en Chile. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 10(1), 64-76. <https://revistas.ort.edu.uy/cuadernos-de-investigacion-educativa/article/view/2881>
- Peiró, J. M. y Bresó, I. (2012). La comunicación en las organizaciones: Una aproximación desde el modelo de análisis multifacético para la gestión y la intervención organizacional (modelo amigo). *Persona*, 1(15), 42-43. <https://www.redalyc.org/pdf/1471/147125259003.pdf>

- Pineda, E.B., De Alvarado, E. L. y De Canales, F.H. (1994). Metodología de la investigación, manual para el desarrollo de personal de salud, Segunda edición. Organización Panamericana de la Salud. Washington.
- Poma Alvarado, S. G. (2019). *Valoración de los flujos de la comunicación interna en los docentes de la IESTP Manuel Seoane Corrales, San Juan De Lurigancho, 2019* [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/53276>
- Pîrjol, F. y Radomir, L. (2017). The Role Of Internal Communication On The Efficiency Of The Activity In An Organization. *Business Excellence and Management*, 7(2), 27-29. https://www.researchgate.net/publication/328637947_The_Role_Of_Internal_Communication_On_The_Efficiency_Of_The_Activity_In_An_Organization
- Ramos Reyes, W. D., Paredes Sandoval, M., Teran Andrade P. E., Lema Lliguicota L. F. (2017). Comunicación Organizacional. <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/501/3/comunicaci%C3%B3n%20organizacional.pdf>
- Rivera Raffo, A. (2015). Gestión de la Comunicación Interna. Consultora en Gestión de Personas. <http://culturacomunicacionyclima.com/e-book-como-dar-el-salto-de-operativo-a-estrategico/>
- Robbins, S. P. y Judge, T. A. (2009). Comportamiento organizacional. México DF: Pearson Education.
- Rodríguez Fernández, L. y Vázquez Sande, P. (2019). "Retos y perspectivas en la comunicación organizacional". *El profesional de la información*, 28(5), 2-4. <http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2019/sep/rodriguez-vazquez.pdf>
- Rosenfeld, L.B., Richman, J.M. y May, S.K. (2004). Information Adequacy, Job Satisfaction and Organizational Culture in a Dispersed-network Organization.

Revista Journal of Applied Communication Research, 32(1), 28-54.
<https://doi.org/10.1080/0090988042000178112>

Sánchez Pérez, J. y Wilcamango Suarez, A. (2020). *Análisis de la comunicación interna en dos municipalidades distritales de la región San Martín, 2019* [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana Unión].
<https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/4363>

Tariszka Semegine, E. (2012). Organizational Internal Communication As A Means Of Improving Efficiency. *Revista Científica Europea*, 8(15), 87-88.
<https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/232>

Vargas Ochoa, L. L. (2019). *Análisis de la Comunicación Interna entre los diferentes miembros de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil y su incidencia en el desarrollo organizacional* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil].
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/44910>

Vivas Escalante, A. y Saavedra Moraga, P. (2018). Comunicación interna en la calidad de la gestión administrativa Liceo Técnico Amelia Courbis, Talca 2018. *Instituto Internacional de Investigación y Desarrollo Tecnológico Educativo*, 4(1), 116-135.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=563662173008>

Vora, N. y Patra, R. (2017). Importance of Internal Communication: Impact on Employee Engagement in Organizations. *Symbiosis Pune*, 8(2), 32-33.
https://www.academia.edu/32820009/Importance_of_Internal_Communication_on_Impact_on_Employee_Engagement_in_Organizations

Verghese, A. (2017). Internal Communication: Practices and Implications. *SCMS Journal of Indian Management*, 14(3), 103-104.
https://www.scms.edu.in/uploads/journal/articles/article_20.pdf

ANEXOS

Anexo 1 Matriz Operacional de la Variable

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVELES Y RANGOS
Comunicación Interna	Ongallo (2007) la define como la responsable de direccionar, transmitir y recibir los mensajes entre los colaboradores para mejorar el rendimiento y productividad laboral dentro de la organización, además, incentiva la integración y coordinación de sus funciones para ejecutarlos satisfactoriamente.	Se operacionalizo la variable a través de un cuestionario que cuenta con un total de 24 preguntas divididas en tres dimensiones: 8 ítems en la dimensión de Comunicación Descendente, 7 ítems en la dimensión de Comunicación Ascendente y 9 ítems en la Comunicación horizontal.	Comunicación descendente	Información Estimulación	1,2,3,4,5,6,7,8	Escala de Likert - Ordinal - Nunca = 1 - Casi nunca= 2 - A veces = 3 - Casi Siempre = 4 - Siempre = 5	Bajo (46-69)
			Comunicación ascendente	Confianza Responsabilidad	9,10,11,12,13, 14,15		Medio (70-93)
			Comunicación horizontal	Motivación Trabajo en equipo Empatía	16,17,18,19,20,21,22,23,24		Alto (94-115)

Anexo 2 Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOJO DE DATOS
<p>PROBLEMA GENERAL:</p> <p>¿Cómo se presenta la comunicación interna en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</p> <p>1) ¿Cómo se presenta la comunicación ascendente en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022?</p> <p>2) ¿Cómo se presenta la comunicación descendente en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022?</p> <p>3) ¿Cómo se presenta la comunicación horizontal en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar la comunicación interna en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>1) Determinar la comunicación ascendente en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022</p> <p>2) Determinar la comunicación descendente en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022</p> <p>3) Determinar la comunicación horizontal en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022</p>	<p>VARIABLE:</p> <p>-Comunicación Interna</p> <p>DIMENSIONES:</p> <p>-Comunicación Descendente</p> <p>-Comunicación Ascendente</p> <p>-Comunicación Horizontal</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>Básica</p> <p>MÉTODO GENERAL:</p> <p>Método Científico</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>Descriptivo</p> <p>ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>Cuantitativo</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>No experimental</p>	<p>POBLACIÓN:</p> <p>La población está conformada por 40 colaboradores, entre ellos entrenadores, profesores de clases grupales, asesoras deportivas, asesoras de ventas, nutricionista, comunicadores audiovisuales y administrativos de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores.</p> <p>MUESTRA:</p> <p>40 colaboradores</p> <p>MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS:</p> <p>Estadística descriptiva: Análisis de frecuencia a través de tablas y gráficos.</p>	<p>TÉCNICA:</p> <p>Encuesta</p> <p>INSTRUMENTOS:</p> <p>Cuestionario</p> <p>ESCALA DE MEDICIÓN:</p> <p>Escala de Likert (Ordinal)</p> <p>Niveles de Interpretación para la comunicación interna</p> <p>Bajo (46-69)</p> <p>Medio (70-93)</p> <p>Alto (94-115)</p>

Anexo 3 Instrumento de la investigación

CUESTIONARIO COMUNICACIÓN INTERNA

Estimado usuario (a), requerimos de tu colaboración para conocer desde su punto de vista la comunicación interna en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022. Por favor, marca con una (x) la respuesta que considere de cada interrogante. Los resultados serán totalmente confidenciales y anónimos.

1	Nunca	2	Casi nunca	3	A veces	4	Casi siempre	5	Siempre		
N.º	ÍTEMS						1	2	3	4	5
	DIMENSIÓN 1: Comunicación Descendente										
1	Considero que los directivos ejercen la comunicación para informar cuando lo crean necesario.										
2	Considero que los directivos al informar lo hacen de manera cordial.										
3	La información solicitada por los directivos es clara, precisa y accesible.										
4	Los directivos al momento de evaluar los resultados obtenidos, informan a los colaboradores y de ser el caso brindan apoyo para dar las acciones correctivas de forma inmediata.										
5	Considero que los directivos fomentan la capacitación de los colaboradores.										
6	Los directivos estimulan el esfuerzo de los colaboradores y lo reconocen debidamente.										
7	Los directivos solicitan ideas, opiniones y propuestas por parte de los colaboradores.										
8	Los directivos fomentan la integración y participación de los colaboradores.										
	DIMENSIÓN 2: Comunicación Ascendente										
9	Me siento en confianza para expresar mis ideas, propuestas y preocupaciones a los directivos.										
10	Me expreso con libertad mis reclamos y quejas a los directivos.										
11	Los directivos me prestan atención y valoran mi opinión.										
12	Considero que si existe una buena relación laboral con los directivos.										
13	Expreso mis opiniones de manera respetuosa y sin imposición a los directivos.										

14	Tengo seguridad en solicitar apoyo a los directivos ante un problema presentado.					
15	Entrego oportunamente los trabajos o informes solicitados por los directivos.					
DIMENSIÓN 3: Comunicación Horizontal						
16	Mantengo una buena comunicación con mis compañeros.					
17	Considero que el trato que les doy a mis compañeros es positivo.					
18	El entorno laboral con mis compañeros me hace sentir motivado.					
19	Participo de manera activa con mis compañeros para cumplir con las metas trazadas de la empresa.					
20	Expreso con libertad mis ideas, propuestas y preocupaciones con mis compañeros.					
21	Presto atención e interés por las ideas y propuestas dadas por mis compañeros.					
22	Considero que la comunicación con mis compañeros es sincera y sin temores.					
23	Considero que mis compañeros se muestran empáticos cuando estoy pasando por una mala situación.					
24	Considero que mis compañeros me brindan su apoyo cuando tengo algún inconveniente e interrogante sobre algún tema laboral.					

Anexo 4 Certificado de validación del instrumento que mide la Comunicación Interna

DIMENSIÓN 1: Descendente							
INDICADORES	ÍTEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO					OBSERVACIONES
		REPR ESEN TATIV IDAD	PE RT IN E N CI A	COHE RENCI A	CONSI STENC IA	CLARIDA D	
Información	Considero que los directivos ejercen la comunicación para informar cuando lo crean necesario.	3	3	3	3	3	
	Considero que los directivos al informar lo hacen de manera cordial.	3	3	3	3	3	
	La información solicitada por los directivos es clara, precisa y accesible.	3	3	3	3	3	
	Los directivos al momento de evaluar los resultados obtenidos, informan a los colaboradores y de ser el caso brindan apoyo para dar las acciones correctivas de forma inmediata.	3	3	3	3	3	

Estimulación	Considero que los directivos fomentan la capacitación de los colaboradores.	3	3	3	3	3	
	Los directivos estimulan el esfuerzo de los colaboradores y lo reconocen debidamente.	3	3	3	3	3	
	Los directivos solicitan ideas, opiniones y propuestas por parte de los colaboradores.	3	3	3	3	3	
	Los directivos fomentan la integración y participación de los colaboradores.	3	3	3	3	3	
DIMENSIÓN 2: Ascendente							
Confianza	Me siento en confianza para expresar mis ideas, propuestas y preocupaciones a los directivos.	3	3	3	3	3	
	Me expreso con libertad mis reclamos y quejas a los directivos.	3	3	3	3	3	
	Los directivos me prestan atención y valoran mi opinión.	3	3	3	3	3	
	Considero que si existe una buena relación laboral con los directivos.	3	3	3	3	3	
Responsabilidad	Expreso mis opiniones de manera respetuosa y sin imposición a los directivos.	3	3	3	3	3	
	Tengo seguridad en solicitar apoyo a los directivos ante un problema presentado.	3	3	3	3	3	
	Entrego oportunamente los trabajos o informes solicitados por los directivos.	3	3	3	3	3	

DIMENSIÓN 3: Horizontal							
Motivación	Mantengo una buena comunicación con mis compañeros.	3	3	3	3	3	
	Considero que el trato que les doy a mis compañeros es positivo.	3	3	3	3	3	
	El entorno laboral con mis compañeros me hace sentir motivado.	3	3	3	3	3	
Trabajo en equipo	Participo de manera activa con mis compañeros para cumplir con las metas trazadas de la empresa.	3	3	3	3	3	
	Expreso con libertad mis ideas, propuestas y preocupaciones con mis compañeros.	3	3	3	3	3	
	Presto atención e interés por las ideas y propuestas dadas por mis compañeros.	3	3	3	3	3	
	Considero que la comunicación con mis compañeros es sincera y sin temores.	3	3	3	3	3	
Empatía	Considero que mis compañeros se muestran empáticos cuando estoy pasando por una mala situación.	3	3	3	3	3	
	Considero que mis compañeros me brindan su apoyo cuando tengo algún inconveniente e interrogante sobre algún tema laboral.	3	3	3	3	3	

VALIDEZ DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

Estimado experto, a continuación, para validar el cuestionario, debe tomar en cuenta:

A.- Los criterios de calidad: la representatividad, consistencia, pertinencia, coherencia, claridad en la redacción, de los indicadores y sus respectivos reactivos del cuestionario:

Representatividad	Consistencia	Pertinencia	Coherencia	Claridad
Es lo más representativo.	Está fundamentado en bases teóricas consistentes.	Convenientes por su importancia y viabilidad.	Los indicadores e ítems se encuentran relacionados y hay correspondencia.	Redactado con lenguaje claro.

B.- Para valorar a cada indicador con sus respectivos ítems use la siguiente escala:

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

DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	Lusmila Victorovna Repetto Tkachenko	DNI N°	40703613
Nombre del Instrumento	Encuesta		
Dirección domiciliaria	Jr. Tacna 643 La Perla Callao	Teléfono domicilio	
Título Profesional/Especialidad	Licenciada en Ciencias de la Comunicación	Teléfono Celular	912733254
Grado Académico	Maestra en Gestión Pública		
Mención			
Firma:		Lugar y Fecha:	1 de mayo del 2022

Certificado de validación del instrumento que mide la Comunicación Interna

DIMENSIÓN 1: Descendente							
INDICADORES	ÍTEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO					OBSERVACIONES
		RE PR ES EN TA TIV ID AD	P E R T I N E N C I A	CO HE RE NC I A	CON SIST ENCI A	CLA RIDA D	
Información	Considero que los directivos ejercen la comunicación para informar cuando lo crean necesario.	3	3	3	3	3	
	Considero que los directivos al informar lo hacen de manera cordial.	3	3	3	3	3	
	La información solicitada por los directivos es clara, precisa y accesible.	3	3	3	3	3	
	Los directivos al momento de evaluar los resultados obtenidos, informan a los colaboradores y de ser el caso brindan apoyo para dar las acciones correctivas de forma inmediata.	3	3	3	3	3	

Estimulación	Considero que los directivos fomentan la capacitación de los colaboradores.	3	3	3	3	3	
	Los directivos estimulan el esfuerzo de los colaboradores y lo reconocen debidamente.	3	3	3	3	3	
	Los directivos solicitan ideas, opiniones y propuestas por parte de los colaboradores.	3	3	3	3	3	
	Los directivos fomentan la integración y participación de los colaboradores.	3	3	3	3	3	
DIMENSIÓN 2: Ascendente							
Confianza	Me siento en confianza para expresar mis ideas, propuestas y preocupaciones a los directivos.	3	3	3	3	3	
	Me expreso con libertad mis reclamos y quejas a los directivos.	3	3	3	3	3	
	Los directivos me prestan atención y valoran mi opinión.	3	3	3	3	3	
	Considero que si existe una buena relación laboral con los directivos.	3	3	3	3	3	
Responsabilidad	Expreso mis opiniones de manera respetuosa y sin imposición a los directivos.	3	3	3	3	3	
	Tengo seguridad en solicitar apoyo a los directivos ante un problema presentado.	3	3	3	3	3	
	Entrego oportunamente los trabajos o informes solicitados por los directivos.	3	3	3	3	3	

DIMENSIÓN 3: Horizontal							
Motivación	Mantengo una buena comunicación con mis compañeros.	3	3	3	3	3	
	Considero que el trato que les doy a mis compañeros es positivo.	3	3	3	3	3	
	El entorno laboral con mis compañeros me hace sentir motivado.	3	3	3	3	3	
Trabajo en equipo	Participo de manera activa con mis compañeros para cumplir con las metas trazadas de la empresa.	3	3	3	3	3	
	Expreso con libertad mis ideas, propuestas y preocupaciones con mis compañeros.	3	3	3	3	3	
	Presto atención e interés por las ideas y propuestas dadas por mis compañeros.	3	3	3	3	3	
	Considero que la comunicación con mis compañeros es sincera y sin temores.	3	3	3	3	3	
Empatía	Considero que mis compañeros se muestran empáticos cuando estoy pasando por una mala situación.	3	3	3	3	3	
	Considero que mis compañeros me brindan su apoyo cuando tengo algún inconveniente e interrogante sobre algún tema laboral.	3	3	3	3	3	

VALIDEZ DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

Estimado experto, a continuación, para validar el cuestionario, debe tomar en cuenta:

A.- Los criterios de calidad: la representatividad, consistencia, pertinencia, coherencia, claridad en la redacción, de los indicadores y sus respectivos reactivos del cuestionario

Representatividad	Consistencia	Pertinencia	Coherencia	Claridad
Es lo más representativo.	Está fundamentado en bases teóricas consistentes.	Convenientes por su importancia y viabilidad.	Los indicadores e ítems se encuentran relacionados y hay correspondencia.	Redactado con lenguaje claro.

B.- Para valorar a cada indicador con sus respectivos ítems use la siguiente escala:

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

DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	Luis Alberto Chávez Ramos	DNI N°	10644237
Nombre del Instrumento	Cuestionario		
Dirección domiciliaria	Urb. Héroe s de San Juan Mz D Lt 2 San Juan de Miraflores	Teléfono domicilio	2764945
Título Profesional/Especialidad	Ciencias de la Comunicación Comunicador Audiovisual	Teléfono Celular	949344780
Grado Académico	Maestro en ciencias de la comunicación		
Mención	Comunicación para el desarrollo		
FIRMA:		Lugar y Fecha:	5 de mayo del 2022

Certificado de validación del instrumento que mide la Comunicación Interna

DIMENSIÓN 1: Descendente							
INDICADORES	ÍTEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO					OBSERVACIONES
		REPRESENTATIVIDAD	PERTINENCIA	COHERENCIA	CONSISTENCIA	CLARIDAD	
Información	Considero que los directivos ejercen la comunicación para informar cuando lo crean necesario.	3	3	3	3	3	
	Considero que los directivos al informar lo hacen de manera cordial.	3	3	3	3	3	
	La información solicitada por los directivos es clara, precisa y accesible.	3	3	3	3	3	
	Los directivos al momento de evaluar los resultados obtenidos, informan a los colaboradores y de ser el caso brindan apoyo para dar las acciones correctivas de forma inmediata.	3	3	3	3	3	

Estimulación	Considero que los directivos fomentan la capacitación de los colaboradores.	3	3	3	3	3	
	Los directivos estimulan el esfuerzo de los colaboradores y lo reconocen debidamente.	3	3	3	3	3	
	Los directivos solicitan ideas, opiniones y propuestas por parte de los colaboradores.	3	3	3	3	3	
	Los directivos fomentan la integración y participación de los colaboradores.	3	3	3	3	3	
DIMENSIÓN 2: Ascendente							
Confianza	Me siento en confianza para expresar mis ideas, propuestas y preocupaciones a los directivos.	3	3	3	3	3	
	Me expreso con libertad mis reclamos y quejas a los directivos.	3	3	3	3	3	
	Los directivos me prestan atención y valoran mi opinión.	3	3	3	3	3	
	Considero que si existe una buena relación laboral con los directivos.	3	3	3	3	3	
Responsabilidad	Expreso mis opiniones de manera respetuosa y sin imposición a los directivos.	3	3	3	3	3	
	Tengo seguridad en solicitar apoyo a los directivos ante un problema presentado.	3	3	3	3	3	
	Entrego oportunamente los trabajos o informes solicitados por los directivos.	3	3	3	3	3	

DIMENSIÓN 3: Horizontal							
Motivación	Mantengo una buena comunicación con mis compañeros.	3	3	3	3	3	
	Considero que el trato que les doy a mis compañeros es positivo.	3	3	3	3	3	
	El entorno laboral con mis compañeros me hace sentir motivado.	3	3	3	3	3	
Trabajo en equipo	Participo de manera activa con mis compañeros para cumplir con las metas trazadas de la empresa.	3	3	3	3	3	
	Expreso con libertad mis ideas, propuestas y preocupaciones con mis compañeros.	3	3	3	3	3	
	Presto atención e interés por las ideas y propuestas dadas por mis compañeros.	3	3	3	3	3	
	Considero que la comunicación con mis compañeros es sincera y sin temores.	3	3	3	3	3	
Empatía	Considero que mis compañeros se muestran empáticos cuando estoy pasando por una mala situación.	3	3	3	3	3	
	Considero que mis compañeros me brindan su apoyo cuando tengo algún inconveniente e interrogante sobre algún tema laboral.	3	3	3	3	3	

VALIDEZ DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

Estimado experto, a continuación, para validar el cuestionario, debe tomar en cuenta

A.- Los criterios de calidad: la representatividad, consistencia, pertinencia, coherencia, claridad en la redacción, de los indicadores y sus respectivos reactivos del cuestionario:

Representatividad	Consistencia	Pertinencia	Coherencia	Claridad
Es lo más representativo.	Está fundamentado en bases teóricas consistentes.	Convenientes por su importancia y viabilidad.	Los indicadores e ítems se encuentran relacionados y hay correspondencia.	Redactado con lenguaje claro.

B.- Para valorar a cada indicador con sus respectivos ítems use la siguiente escala:

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

DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	Katterine Herrera Paucar	DNI N°	46144382
Nombre del Instrumento	Encuesta		
Dirección domiciliaria	Av. Niños Mártires 857 Independencia	Teléfono domicilio	
Título Profesional/Especialidad	Licenciada en Ciencias de la Comunicación	Teléfono Celular	924513272
Grado Académico	Maestra en Educación		
Mención			
FIRMA:		Lugar y Fecha:	10 de mayo del 2022

Anexo 6 Alfa de Cronbach

ENCUESTADOS	C. Descendente								C. Ascendente								C. Horizontal								SUMA	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24		
E1	5	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	112	
E2	5	5	5	5	3	2	2	3	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	5	4	5	100
E3	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	106
E4	2	4	3	3	1	2	3	1	3	2	3	2	5	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	5	77
E5	5	4	3	3	2	1	3	1	3	3	3	3	5	4	5	3	4	3	5	4	5	3	4	4	83	
E6	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	105	
E7	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
E8	1	3	2	1	2	1	2	1	2	3	2	2	2	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	59	
E9	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	4	3	5	2	2	2	2	2	3	2	3	4	65	
E10	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	4	5	4	3	4	2	4	4	3	4	5	84	
E11	5	5	4	4	3	3	5	3	4	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	103	
E12	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	3	3	4	3	4	5	98	
E13	4	4	3	5	3	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	104	
E14	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	112	
E15	5	5	5	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	5	3	3	3	4	4	4	3	3	3	92	
E16	2	2	2	1	1	1	2	1	2	3	2	2	2	1	4	4	5	3	5	4	4	3	4	4	64	
E17	4	4	4	3	4	3	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	104	
E18	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	100	
E19	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	3	4	3	4	4	4	5	5	104	
E20	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	111	
VARIANZA	1,5275	0,648	0,828	1,648	1,228	1,788	1,088	1,348	0,86	0,76	0,728	1,1875	0,9275	1,1	0,31	0,79	0,948	0,728	1,09	0,728	0,448	0,79	0,53	0,328		
SUMATORIA DE VARIANZA	22,348																									
VAR. DE LA SUMA IT	259,33																									

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

K: El número de ítems 24
 Si2: Sumatoria de Varianzas de los Ítems 22,35
 ST2: Varianza de la suma de los Ítems 259,3
 α: Coeficiente de Alfa de Cronbach 0,954

Anexo 7 Carta de Autorización



“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

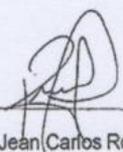
Estimadas:

Maria Alejandra Santin Zea
Anguell Valencia Peña

Es muy grato dirigirme a ustedes para responder la solicitud de dar uso el nombre de la empresa para fines educativos en la realización de su trabajo de investigación (tesis) **“Comunicación interna en colaboradores de la empresa Evolution Center Fit en la sede San Juan de Miraflores, 2022”** y mediante este documento autorizo utilizar el nombre de la empresa Evolution Center Fit y la información necesaria para la realización de estudios que ustedes requieran.

Me despido de ustedes, deseándoles éxitos en su carrera como futuras licenciadas de la carrera Ciencias de la Comunicación.

Lima, 16 de abril de 2022



Jean Carlos Robles Arismendiz
Gerente General

Anexo 7 Base de datos de la Comunicación Interna

	D1							D2							D3							Total	D1	D2	D3			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21					P22	P23	P24
1	3	2	2	3	3	2	1	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	1	1	1	54	19	16	19
2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	52	17	16	19
3	2	3	3	1	1	1	2	2	2	1	3	2	4	2	5	3	4	3	4	4	3	3	3	3	64	15	19	30
4	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	4	2	4	3	3	5	4	5	5	5	5	5	70	13	17	40
5	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	2	64	19	22	23
6	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	55	19	16	20
7	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	64	23	17	24
8	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	46	12	12	22
9	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	63	22	19	22
10	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	65	20	18	27
11	2	4	3	3	4	2	2	2	5	5	3	3	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	89	22	27	40
12	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	4	3	5	4	4	3	2	3	3	2	3	3	71	21	23	27
13	4	4	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	75	23	21	31
14	5	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	3	92	30	26	36
15	3	4	3	2	1	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	72	17	21	34
16	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	76	19	20	37
17	4	5	4	4	4	1	4	3	4	5	3	4	4	3	5	5	5	4	4	1	3	4	4	3	90	29	28	33
18	2	4	3	4	5	2	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	97	28	30	39
19	2	5	3	4	5	2	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	99	28	31	40
20	3	4	3	3	2	1	3	2	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	75	21	22	32
21	3	3	3	2	2	3	2	4	2	2	4	3	5	2	4	4	5	4	2	2	4	3	3	4	75	22	22	31
22	4	5	3	3	3	2	3	2	4	3	3	4	5	3	5	4	5	4	4	4	5	3	4	4	89	25	27	37
23	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	82	28	23	31
24	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	80	26	22	32
25	3	5	3	4	3	4	3	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	104	28	32	44
26	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	111	36	35	40
27	4	5	3	4	5	2	3	4	5	2	4	4	3	3	3	4	5	1	4	4	4	1	3	4	84	30	24	30
28	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	115	36	34	45
29	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	98	34	28	36
30	5	4	4	4	5	4	3	5	3	3	4	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	101	34	29	38
31	3	3	4	3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	82	28	24	30
32	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	78	26	23	29
33	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	76	28	21	27
34	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	5	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	79	26	24	29
35	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	106	36	31	39
36	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	105	38	29	38
37	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	90	34	33	23
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	108	32	32	44
39	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	96	28	29	39
40	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	60	23	17	20

MEDICIÓN

ESCALA DE VALORES

- NUNCA (1)
- CASI NUNCA (2)
- A VECES (3)
- CASI SIEMPRE (4)
- SIEMPRE (5)

DIMENSIONES

- C. DESCENDENTE (8 ITEMS)
- C. ASCENDENTE (7 ITEMS)
- C. HORIZONTAL (9 ITEMS)

TOTAL 24 ITEMS

NIVELES Y RANGOS	BAJO	MEDIO	ALTO
COMUNICACIÓN INTERNA	46-69	70-93	94-115
C. DESCENDENTE	12-20	21-29	30-38
C. ASCENDENTE	12-19	20-27	28-35
C. HORIZONTAL	19-27	28-36	37-45

V. MÁXIMO	115	38	35	45
V. MÍNIMO	46	12	12	19

RANGO	69	26	23	26
AMPLITUD	23	8	7	8