



Universidad
Señor de Sipán

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

TESIS

**COMUNICACIÓN INTERNA Y EL DESEMPEÑO LABORAL
DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA GRUPO
ASES CAPITAL SAC**

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

Autoras:

Bach. Espinoza Carbajal Camila

ORCID: 0000-0002-6609-9176

Bach. Suxe Mendoza Neilith Liceli

ORCID: 0000-0002-9991-6953

Asesora:

Dra. Chávez Díaz Karinn Jacquelin

ORCID: 0000-0002-0502-9924

Línea de Investigación:

Comunicación y Desarrollo Humano

**Pimentel – Perú
2023**

**COMUNICACIÓN INTERNA Y EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS
COLABORADORES DE LA EMPRESA GRUPO ASES CAPITAL SAC**

Aprobación del jurado



BACH. ESPINOZA CARBAJAL

CAMILA

Autora



BACH. SUXE MENDOZA

NEILITH LICELI

Autora



DRA. PAREDES DELGADO SHARON SOLEDAD

Presidente del Jurado de Tesis



MG. CABREJOS PITA ZOILA NELLY

Secretario del Jurado de Tesis



Dra. Betty L. Herrera Timaná
Registro CPP N° 196

DRA. HERRERA TIMANA BETTY LILIANA

Vocal del Jurado de Tesis



DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quienes suscriben la **DECLARACIÓN JURADA**, somos **egresadas** del Programa de Estudios de **Ciencias de la Comunicación** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaramos bajo juramento que somos autoras del trabajo titulado:

COMUNICACIÓN INTERNA Y EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA GRUPO ASES CAPITAL SAC

El texto de nuestro trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informamos que la investigación cumple con ser inédito, original y auténtico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Espinoza Carbajal Camila	DNI: 75924708	
Suxe Mendoza Neilith Liceli	DNI: 75901858	

Pimentel, 27 de marzo de 2023.

Dedicatoria

A Dios, a mis padres y hermanos, por creer y confiar en mí, por darme fuerza y valor cuando lo necesitaba, por las oportunidades que me brindaron y porque son la razón de sentirme orgullosa de cumplir mi meta.

Camila Espinoza

En primer lugar, a Dios, a mi padre que está en el cielo, mi madre y mis hermanos, gracias por apoyarme en todo momento y por aconsejarme. Gracias por confiar en mí y por el cariño que me han brindado.

Neilith Suxe

Agradecimiento

A Dios, a mis padres, hermanos, amigos y docentes que me acompañaron y apoyaron durante mi etapa universitaria, sin duda alguna durante estos últimos cinco años compartimos risas, alegrías, aprendizaje y más, gracias.

Camila Espinoza

Gracias a Dios, a mis padres, hermanos y amigos que fueron mi soporte, gracias por brindarme su apoyo. También, a mis profesores por las enseñanzas y consejos.

Neilith Suxe

Resumen

El objetivo principal de la tesis, fue determinar la relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC, dado que la comunicación interna organiza y mejora el intercambio de información entre áreas y aumenta la productividad, eso permite el logro de metas de manera colaborativa.

La investigación fue tipo aplicada, con enfoque cuantitativo, con un diseño de carácter descriptivo – correlacional y conformada por un diseño no experimental. La población estuvo conformada por 35 colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC, nuestra muestra fue una muestra Censo. Para recoger la información se empleó la técnica de encuesta y como instrumento para recolectar datos se hizo uso de dos cuestionarios, los cuales contaron con 18 preguntas cada uno, con la escala ordinal con valoraciones de Likert.

Finalmente, se pudo concluir que las variables Comunicación Interna y Desempeño Laboral alcanzaron una correlación de Spearman ($\rho=0.274$); además, se comprobó el nivel de significancia ($p= 0.112$), el cual arrojó que no existe una relación significativa entre las variables. Por ende, como aporte práctico, se realizaron cuatro propuestas para el mejoramiento de la CI: Manual corporativo de bienvenida, correo corporativo, desarrollo de talleres y difusión de talentos.

Palabras clave: Desempeño Laboral, Comunicación Interna, Colaboradores, Endomarketing.

Abstract

The main objective of the research report was to determine the relationship between internal communication and the work performance of the employees of Grupo Ases Capital SAC, since internal communication organizes and improves the exchange of information between areas and increases productivity, which allows the achievement of goals in a collaborative manner. The research is applied, with a quantitative approach, with a descriptive-correlational design and a non-experimental design. The population consisted of 35 employees of the company Grupo Ases Capital SAC, our sample was a census sample. To collect the information, the survey technique was used and two questionnaires were used as an instrument to collect data, each with 18 questions, with an ordinal scale with Likert valuations. Finally, it was possible to conclude that the variables Internal Communication and Work Performance reached a Spearman correlation ($\rho = 0.274$); also, the level of significance was verified ($p = 0.112$), which showed that there is no significant relationship between the variables. Therefore, as a practical contribution, four proposals were made for the improvement of IC: corporate welcome manual, corporate mail, development of workshops and dissemination of talents.

Keywords: Workplace Performance, Internal Communication, Employees, Endomarketing.

Índice

Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Realidad problemática	11
1.2 Antecedentes de estudio	13
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	19
1.3.1 Teoría Humanista	19
1.3.2 Teoría de Comunicación Organizacional	20
1.3.3 Teoría de McClelland.....	21
1.3.4 Comunicación Interna.....	22
1.3.5 Desempeño Laboral.	29
1.4 Formulación del problema	34
1.5 Justificación e importancia del estudio.....	34
1.6 Hipótesis.....	35
1.6.1 Hipótesis General	35
1.6.2 Hipótesis Específicos.....	35
1.7 Objetivos	36
1.7.1 Objetivo General.....	36
1.7.2 Objetivos específicos.....	36
II. MATERIAL Y MÉTODO	37
2.1 Tipo y Diseño de Investigación.	37
2.1.1 Tipo.	37
2.1.2 Diseño.	37
2.2 Población y muestra	38
2.3 Variables, Operacionalización	38
2.3.1 Variables.	38
2.3.2 Operacionalización.	39
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	39
2.4.1 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
2.4.2 Validez y confiabilidad.	40
2.5 Procedimiento de análisis de datos.	41
2.6 Criterios éticos.....	41

2.7	Criterios de Rigor Científico	41
III.	RESULTADOS	43
3.1	Resultados en Tablas y Figuras.....	43
3.1.1	Estadística descriptiva	43
3.1.2	Prueba de Normalidad.....	52
3.1.3	Contrastación de hipótesis general.....	53
3.1.4	Contrastación de hipótesis específicas	53
3.2	Discusión de resultados.....	56
3.3	Aporte práctico	60
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
4.1	Conclusiones.....	67
4.2	Recomendaciones	68
	Referencias	70
	ANEXOS	78

I. INTRODUCCIÓN

Las empresas anteriormente no prestaban atención a sus colaboradores, y solo se enfocaban en el cumplimiento de las actividades, esto ahora ha cambiado y de una manera positiva, ya que las organizaciones se han centrado en fortalecer el sistema de comunicación para mejorar la relación entre la empresa, los trabajadores y el entorno externo. Por tanto, la importancia de esta variable radica en que está estrechamente relacionada con las habilidades que los trabajadores deben tener para alcanzar las metas organizacionales. En el ámbito laboral, el desempeño se considera el soporte de la competitividad, porque enmarca estrategias de productividad y sostenibilidad organizacional.

Esta investigación demuestra si existe una correlación entre la comunicación interna y el desempeño laboral en la empresa Grupo Ases Capital SAC, es evidente que de ambas variables depende el éxito de la empresa, puesto que, si existe un vínculo informativo en los colaboradores habrá un ambiente adecuado y pacífico entre las diferentes áreas o departamentos que conforman la organización, de esta manera se cumplirá con el logro de los objetivos.

Esta investigación consta de cuatro capítulos, el primero trata sobre la realidad problemática y los trabajos previos, además se dará las diferentes definiciones de cada variable, la importancia de hacer este trabajo y para finalizar el capítulo se hablará de las hipótesis y por último de los objetivos del proyecto. El segundo capítulo habla del diseño de investigación, la tabla de operacionalización, también hablaremos sobre nuestra población y la muestra que hemos tomado, además, el instrumento que se usará para poder recopilar la información que necesitamos y por último, el procedimiento de análisis de datos y los criterios éticos. El tercer capítulo consta de los resultados obtenidos de la encuesta aplicada; además se realiza la prueba de normalidad para posteriormente realizar la contratación de hipótesis. Asimismo, se desarrolla la discusión de resultados. Para finalizar el capítulo se hizo el aporte práctico. El cuarto capítulo abarca las conclusiones y las recomendaciones.

1.1 Realidad problemática

Actualmente, las organizaciones se han centrado en fortalecer el sistema de comunicación para mejorar la relación entre la empresa, sus empleados y su entorno externo. La comunicación interna guía las relaciones internas e identifica valores y metas, derechos y obligaciones. Esto se manifiesta como un potenciador del rendimiento y desempeño para lograr mejores resultados (Tamayo, 2020). La comunicación es la esencia de las organizaciones, es un sistema de interacción e intercambio entre las áreas de la empresa, sus integrantes y su entorno externo.

El estudio de Randstad muestra que en España la satisfacción laboral ha disminuido un 3% en solo un año. El 71% de los trabajadores españoles están satisfechos con su labor, por delante de Reino Unido (69%) y Francia (67%). Dinamarca es el país con los personales más "felices", ya que el 82% de ellos piensa que está satisfecho con su trabajo actual (Observatorio de RRHH., 2019).

Una responsabilidad de toda empresa es una buena comunicación entre los miembros de las diferentes áreas de la organización. Dependiendo de su posición jerárquica en la empresa, cada persona tiene que jugar un rol activo dentro de ella, de esta manera la comunicación no se dará solo de forma descendente, sino que se quiere un intercambio de información entre todos los colaboradores (Marín-Pérez, 2019).

En el caso de Latinoamérica, según Uhart (2019) en un estudio realizado por la agencia BW, nos dice que la CI (comunicación interna) es una herramienta importante, que los líderes son los encargados de disponer herramientas comunicacionales efectivas para lograr una buena transformación y relación. Asimismo, en la investigación se expresa que una de las formas de comunicación que más utilizan las personas es el correo corporativo con un 43%, también que el 46.6% dice que la comunicación interna ascenderá debido al conocimiento de los líderes. Además, un punto importante es que el rol primordial es ser facilitador del Cambio Cultural con 28%, por último, nos dice

que el rol que les establecen a los colaboradores sobre el uso de la plataforma corresponde al acceso a la información (38%) y al “feedback” con 25%.

Como menciona Mohamed (2018) el desempeño laboral es el valor que se espera contribuir a la institución de los distintos sucesos conductuales (experiencia y habilidades) que una persona puede llevar a cabo en un determinado tiempo.

La pandemia de COVID-19 ha traído nuevos desafíos en la relación entre una asociación y sus empleados. Para ello, hay que agregar que la distancia entre organizaciones indica que la relación entre colegas y directivos es una estrategia clave que debe fortalecerse. De modo que la CI está muy relacionada con la llegada del teletrabajo.

En un artículo de Gil (2020) publicado por Gestión, se le realiza una entrevista a la docente Silvia Carrillo, nos comenta que en las empresas hay más concientización sobre el valor de la comunicación interna. Permitiendo un espacio productivo para seguir mejorando la asertividad, la empatía y la relación entre la empresa y los trabajadores. Además, la experta menciona que luego de la investigación realizado por la Escuela de Negocios de la Universidad del Pacífico Business School sobre más de 520 profesionales del campo de recursos humanos en Perú, el valor de la CI se triplicó.

La agencia Internal de Chile y el APOYO Comunicación de Perú realizaron una encuesta sobre la comunicación interna, con la finalidad de conocer las tendencias y el papel que cumple actualmente en las empresas. El análisis está enfocado en los resultados de Perú y los retos que enfrenta la CI ante el COVID-19. Se realizó una encuesta on-line a 200 casos en Perú, desde enero a febrero, donde la mayoría de encuestados tienen el cargo de gerente o jefe de empresas que cuentan con más de 1000 empleados. Según los resultados obtenidos de los encuestados, el objetivo principal que debería cumplir la CI, con un 74% es fortalecer la cultura organizacional y con un 58% lograr el alineamiento estratégico. La CI debe servir a los objetivos de toda la empresa y debe trabajar en conjunto con otras áreas para comprender completamente lo que está sucediendo y las necesidades de la organización.

No obstante, todavía se ve pequeñas áreas de CI; incluso el 15% de los encuestados dijo que su organización no tiene un área de CI. Ahora más que nunca, existe la necesidad de un campo de CI más capaz que pueda participar directamente en la toma de decisiones de la empresa. Finalmente, el análisis resume los desafíos que enfrenta la CI en el contexto del COVID-19 a partir de cuatro puntos clave: Fortalecimiento de la cultura: instaurar un sentido de pertenencia y adoptar nuevos hábitos de trabajo. Estrategia de socialización: comunicar claramente y reducir la incertidumbre. Palanca del cambio: el compromiso de los trabajadores con la reinención. Reunir opiniones y expectativas: comunicarse con intimidad y empatía (Avendaño et al., 2020).

La empresa Grupo Ases, brinda servicios de consultoría y asesoría mediante profesionales altamente calificados, con el objetivo de satisfacer las necesidades de sus clientes (Grupo Ases, 2020), es decir que para lograr una buena imagen externa deben trabajar en la comunicación que va dirigida al público interno, organizando y mejorando el intercambio de información, promoviendo una identidad organizacional y generando participación entre departamentos, con eso obtener un mayor desempeño laboral. Cabe resaltar que la empresa no cuenta con un área especializada en CI, ya que el área encargada de ello es Recursos Humanos; además, no cuentan con un medio formal (correo corporativo) para comunicarse.

1.2 Antecedentes de estudio

En el ámbito internacional, Aragadvay (2022) el objetivo principal de su tesis fue analizar la influencia de la CI en el desempeño de los colaboradores del hospital Básico Moderno de Riobamba; fue una investigación no experimental con un diseño descriptivo – correlacional. Su investigación tuvo una muestra censal de 57 trabajadores, los cuales respondieron dos cuestionarios. Obteniendo como resultado que el 35,1% del personal considera que casi siempre se maneja una adecuada comunicación dentro del hospital. Asimismo, el 57,9% de los colaboradores mencionan que nunca recibieron información sobre su proyección profesional por parte de su jefe inmediato. Dando como conclusión que la confianza es un pilar que se debe reforzar en el

hospital; además, se recomendó que se debe evaluar constantemente el estado de la CI dentro de la institución.

Rivera (2019) su investigación tuvo como objetivo conocer el grado de comunicación en relación al desempeño laboral de los colaboradores del hospital La Carlota. Su enfoque fue cuantitativo, con un diseño descriptivo – correlacional. Tuvo una muestra de 117 empleados, los cuales fueron elegidos por conveniencia. Se realizó dos cuestionarios, una por cada variable, CI contó con 17 ítems y desempeño laboral, 13 ítems. Según los resultados obtenidos, los empleados perciben que la comunicación interna es regular con un 60% y un desempeño laboral bueno, en un 60.7%. Concluyendo que existe una relación lineal positiva y significativa en grado moderado entre las variables.

En Ecuador, Duarte (2019) desarrolló su tesis con el objetivo de determinar si la comunicación interna incide en el desempeño del GAD; el enfoque de esta investigación fue mixto, de tipo descriptiva; tuvo una población de 425 expertos, su muestra fue de manera no probabilística por conveniencia de los cuales solo se tomó a 100 personas. De los resultados obtenidos se concluyó que el 53% de los trabajadores afirmaron que las diferentes ideológicas políticas afectan en gran manera el cumplimiento de sus deberes; además, otro elemento que se tiene que solucionar son los rumores y los chismes, con un 39%. Asimismo, algunos indicadores que afectan la comunicación son el cambio administrativo (28%), la desinformación (27%) y la mala condición de trabajo (24%). Se concluyó, que la gestión de la comunicación organizacional interna era deficiente y exigía una urgente reestructuración para incidir positivamente en su desempeño institucional.

Caicedo (2018) diseñó una estrategia de CI para mejorar y reforzar el rendimiento laboral de los colaboradores de la compañía RUBBERCOM, esto a través de identificar el tipo de comunicación existente entre los colaboradores y su nivel rendimiento laboral. Esta tesis desarrolló el diseño descriptivo-correlacional, con una población de 12 colaboradores. Los resultados de este trabajo fueron que el 50% de los colaboradores considera que la comunicación interna es buena. También, el 67% dice que la comunicación dentro de la

empresa a veces refuerza las relaciones interpersonales. Con un 17% el medio de comunicación que menos se utiliza es por medio de las RRSS y de forma personal. Ante ello, se concluyó que el sistema de comunicación que gestiona la empresa no es el conveniente, y que existe una desmotivación en los colaboradores.

En Ecuador, Ancín y Espinosa (2017) realizaron una investigación que tuvo como propósito estudiar la relación entre las variables de comunicación interna y el clima laboral de las PyMEs en Guayaquil. Para ello, se investigó origen, definición, tipo, influencia e identidad. La investigación fue cuantitativa, con alcance exploratorio y descriptivo. Para lograr el objetivo se utilizó como herramienta un cuestionario con estructura de escala Likert. La muestra recolectada fue de 69 colaboradores, en este caso estos empleados representan el total de personas de las empresas estudiadas (muestra censo). A través del instrumento se obtuvo que para la empresa ZION con un 71% Y la compañía ECUAINSETEC con un 72% considera que tiene una correcta CI. Por tanto, se puede concluir que existe una relación considerable entre la CI y el entorno laboral.

En el ámbito nacional, Marin (2019) su investigación fue de tipo aplicada con un diseño descriptivo – aplicativo; teniendo como objetivo determinar la relación entre CI y desempeño laboral. Su muestra fue censal el cual constó de 28 colaboradores. Los resultados de esta investigación arrojaron que la relación entre ambas variables es positiva; según los encuestados la comunicación interna es regular con un 68%, mientras que el 32% dice que es deficiente; asimismo, la comunicación entre gerentes es buena con un 64% y la comunicación entre áreas fue regular, 56%; en relación al desempeño laboral el 100% considera que es regular. Además, se recomendó implementar actividades que ayuden a fortalecer y a incrementar las relaciones interpersonales para una adecuada comunicación interna.

En Puno, Cruz (2019) tuvo como finalidad determinar la relación que existe entre la comunicación interna y el desempeño laboral de los trabajadores de una municipalidad. Los objetivos específicos de estudio fueron,

identificar la relación entre las dimensiones de la variable CI y el desempeño. El enfoque de la investigación fue cuantitativa, el diseño: correlacional-descriptivo, no experimental y de método deductivo. La muestra censo, estuvo conformada por 20 colaboradores de la institución; se empleó como técnica de recaudación de datos una encuesta y como instrumento el cuestionario. Según los resultados, el coeficiente de correlación rho de Spearman que se obtuvo fue de 0.948, además, el p -valor fue de ,000, lo que quiere decir que existe una correlación positiva muy alta entre las variables. Se evidencia una relación directa, lo que conllevó a la aceptación de la hipótesis general.

En Lima, Melendez y Vargas (2018) en su investigación para alcanzar el grado académico de Maestro, mencionaron que la CI y la satisfacción laboral son los elementos básicos de los empleados, porque ambos ayudan a mejorar la competitividad y la productividad. Es por eso que recomiendan crear reuniones por áreas en su plan de acción, donde el personal pueda discutir objetivos, actividades, comentarios o cuestiones relacionadas con la comunicación y cuestiones relacionadas con la satisfacción de todos. El estudio fue de tipo descriptivo correlacional y de diseño no experimental, con un enfoque cuantitativo, la muestra de 27 personas fue obtenida mediante criterios probabilísticos, y el instrumento fueron cuestionarios. Los autores proponen desarrollar una estrategia de CI, en el cual se adopten nuevos métodos de comunicación, que especialmente les permitan registrar y dar seguimiento a las recomendaciones, acuerdos, instrucciones y normativas de la empresa. Es por eso que las estrategias de comunicación interna son conjunto de actividades planteadas para establecer y mantener buenas relaciones entre los miembros, con el propósito de favorecer y alcanzar las metas organizacionales.

En Trujillo, Roncal y Zelada (2017) su tesis tuvo como fin identificar de qué manera la comunicación interna afecta el desempeño laboral de los trabajadores, y plantea nuevas estrategias para optimizar la comunicación interna de los empleados. Realizó una investigación no experimental-Correlacional, con los 35 colaboradores de la organización. Como resultado se obtuvo que el 34.3% del personal obtuvieron un nivel alto en la comunicación interna, mientras que el 11.4% tiene un nivel de CI baja, predominando así el

nivel medio con un 54.3%. En relación con el rendimiento laboral, los resultados señalaron que el nivel medio (60%) predominó por encima del nivel alto (31.4%) y bajo (8.6%). Por último, se concluyó que la comunicación interna sí interviene en el desempeño laboral de los participantes de la empresa GAP.

En Puno, Manzano (2017) tuvo como objetivo determinar la relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral del talento humano de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador, el diseño es no experimental-deductivo, para su muestreo hizo uso del no probabilístico de tipo por convivencia, contando con 11 trabajadores como muestra; en su estudio se valida la hipótesis, ya que el 36% de los encuestados afirman que la variable 1 influye en la variable 2. Finalmente, la autora recomendó hacer uso de los medios de comunicación interna de forma correcta, con el fin que la comunicación informal se reduzca; realizar metodologías enfocadas a la prevención y manejo apropiado de los flujos de CI.

En el ámbito regional, Sanchez, J. (2022) para adquirir el grado de Licenciado realizó un trabajo de investigación donde tuvo como objetivo determinar la relación entre la CI y el clima laboral en los trabajadores de “Mibanco” Chiclayo. Su metodología fue cuantitativa de tipo descriptivo – correlacional, para la recolección de datos utilizó cuestionarios aplicado a una muestra de 71 trabajadores, tras el instrumento aplicado se obtuvo que el 48% de los colaboradores considera que la CI está en un nivel medio, asimismo, la variable clima laboral alcanzó 52% en un nivel medio. Además, el autor recomienda a la entidad financiera mejorar la CI a través de estrategias con el propósito de fortalecer el clima laboral.

Neyra (2020) su trabajo de investigación tuvo como finalidad de demostrar que la aplicación de estrategias de comunicación interna mejoran el desempeño laboral de la empresa KOREA MOTOS SRL. El diseño no experimental – transversal – correlacional, la muestra fue censo con un total de 30 trabajadores. A quienes se les aplicó como instrumento un cuestionario de 18 preguntas. Se identificó en la empresa una mala comunicación interna, por lo que los trabajadores no podían realizar eficazmente las actividades, lo

que dificulta el pleno progreso de la organización y el incremento de los resultados. En base a eso plantearon sus objetivos y decidieron diseñar estrategias de CI para la empresa. Los resultados indican que el desempeño según el pre test; se encontró en un nivel promedio (60%) y nivel bajo (33,3%), mientras con el post test fue desempeño promedio (56,7%) y desempeño alto (30%). La autora recomienda utilizar correos electrónicos y realizar reuniones para fortalecer la comunicación presencial con canales de comunicación diversificados.

Vargas y Vivas (2020) su investigación tuvo como propósito realizar una propuesta de plan de mejora de la comunicación interna entre los colaboradores de la clínica Oncorad; además pretendían hacer de conocimiento la importancia de una buena comunicación para lograr mejores resultados. Al mismo tiempo, considerando las deficiencias y barreras de comunicación entre la alta dirección y el personal de la clínica. El enfoque metodológico empleado fue cuantitativo, tipo aplicada y diseño transversal-descriptiva, la muestra fue censal, es decir que el instrumento (cuestionario) fue aplicado a 37 colaboradores, el total de miembros de la organización. Por último, sugieren la aplicación de la propuesta de plan de mejora para fortalecer la relación entre los miembros, para conseguir un buen ambiente de trabajo, que todos se sientan parte de la empresa y se esfuercen por lograr los objetivos organizacionales.

Mestanza y Ubillus (2019) realizaron un estudio cuyo fin era determinar la relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional del Instituto Cayetano Heredia, ya que sin una adecuada gestión es imposible lograr metas, mejorar la identidad y contar con la colaboración de los miembros. La investigación tiene enfoque cuantitativo, tipo aplicada y de alcance relacional. Además, para lograr el objetivo, se utilizaron dos cuestionarios para medir el nivel de las variables de investigación, ambas medidas bajo escala Likert, la cual se aplicó a los 120 integrantes de la institución. Los resultados muestran que existe una relación muy significativa entre las variables. Además, según la percepción de los colaboradores, se obtuvo que la variable 1 no es alta (56%) y que la variable 2 es desfavorable (62%). Finalmente, proponen promover la

mejora de la comunicación interna y la cultura organizacional del instituto mediante el diseño de una estrategia basada en las condiciones y necesidades reales de la empresa.

Angeles y Miñope (2018) su investigación se efectuó en la sede de Lambayeque, allí se pudieron encontrar los siguientes indicios: La estructura organizativa interna y la dependencia de diferentes campos o socios (organigrama) son confusas y poco claras, falta de información sobre las disposiciones y decisiones de los directivos que afectan el trabajo diario., entre otras. Tras los resultados de la encuesta aplicada se demostró que para el 42% de los trabajadores el nivel de comunicación interna es medio. Ante esto, recomiendan efectuar un plan de comunicación que reconozca el establecimiento y formalización de los canales adecuados, de manera que exista una relación entre el jefe-colaborador, que se adapte a las necesidades de cada campo.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Teoría Humanista

Chiavenato (2006) en su libro nos dice que esta teoría nace con base en la investigación realizada en la fábrica Hawthorne de la Western Electric Company, este experimento tuvo como finalidad evaluar la correlación entre la iluminación y la eficiencia del personal. Entre las conclusiones principales pueden mencionarse las siguientes:

- **El nivel de producción depende de la integración social**, los estudios han encontrado que las habilidades determinan su capacidad y nivel de eficiencia, cuanto mayor sea su grado de integración social en el grupo de trabajo, mayor será su destreza al producir.
- **El comportamiento social de los trabajadores**, el experimento de Hawthorne muestra que el comportamiento individual está totalmente respaldado por el grupo. Los trabajadores responde como miembros de grupos sociales cuyas actitudes se ven afectadas por el código de conducta del grupo.

- **Las recompensas y sanciones sociales**, los incentivos y sanciones no económicos afectan de manera significativa, estas retribuciones sociales y morales son más simbólicas que materiales, tienen una influencia decisiva en la motivación y la felicidad de los trabajadores.
- **Los grupos informales**, concretan sus normas de comportamiento, sus incentivos o sanciones, sus metas, su escala de valor social, sus expectativas y creencias, y cada individuo las asimila y las incorpora en sus cualidades y conductas.
- **Las relaciones humanas**, en el proceso de búsqueda de comprensión, aceptación y participación, los individuos intentan infiltrarse con otros grupos definidos para satisfacer sus intereses. Su comportamiento se ve afectado por el entorno y diversas actitudes y normas informales que existen en diferentes grupos.
- **La importancia del contenido del cargo**, la naturaleza y el contenido del trabajo intervienen en la moral del trabajador. Las responsabilidades sencillas y repetitivas tienden a volverse monótonas, lo cual afecta las actitudes, la eficiencia y satisfacción del colaborador.
- **El énfasis en los aspectos emocionales**, los factores emocionales inconscientes del comportamiento humano cautivan a los forjadores de la teoría de las relaciones humanas.

1.3.2 Teoría de Comunicación Organizacional

Ladino (2017) se basa en la transmisión de información organizacional, en esta teoría se consideran las dimensiones internas y externas. Las dimensiones de la organización, pueden ser físicas o a través de la denominada Tecnología de la Información (TIC) en el contexto de la globalización es importante para la era actual debido a la rapidez de su funcionamiento.

El uso de la tecnología en la comunicación tiene como objetivo mejorar la efectividad y eficacia de los procesos de producción, administración y gestión dentro de la corporativa, de esa manera ofrecer un espacio e importancia para

la comunicación organizacional. Dentro de esta teoría se consideran las siguientes herramientas: Relaciones públicas, Publicidad institucional, Comunicación interna y Comunicación externa.

Tomando en cuenta la globalización de la información, la diversificación de los medios y la aceleración de la transmisión de datos, la comunicación organizacional ocupa una posición dominante dentro de la organización, debido a que una gran cantidad de información necesita ser transmitida en un tiempo efectivo en la organización.

1.3.3 Teoría de McClelland

Araya-Castillo y Pedreros-Gajardo (2009) señalaron que hay tres motivaciones para las personas: la necesidad de logro, la necesidad de pertenencia y la necesidad de poder. Algunos autores creen que están motivadas socialmente porque se aprenden de forma inconsciente y son producto de afrontar activamente al entorno. Por esta razón, su importancia radica en que hacen que las personas tiendan a actuar de formas que afecten el desempeño de muchos trabajos y tareas. Por las razones mencionadas anteriormente, las personas que tienen una alta necesidad de realización buscan diferenciarse haciendo cosas buenas y gozando de situaciones en las que pueden asumir responsabilidades. Del mismo modo, las personas que tienen una gran necesidad de poder intentarán controlar a los demás y hacer lo que quieran. Por otro lado, las personas con grandes necesidades de pertenencia a menudo se interesan y consideran la calidad de sus relaciones personales. Comparando esta teoría con la investigación de Maslow, podemos señalar que el poder puede ser considerado como una necesidad o estimación social especial, porque se refiere a la relación con las personas y el estatus; asimismo puede estar relacionado con las necesidades de seguridad. La afiliación es un sinónimo suavizado de lo que dijo Maslow sobre las necesidades sociales. El logro puede recordar patrones de comportamiento relacionados con la autoestima o la autorrealización.

1.3.4 Comunicación Interna.

Definición

La productividad de una empresa está estrechamente relacionada con el desempeño de sus empleados. Una buena inversión en CI es primordial para el normal funcionamiento de cualquier entidad.

Para Brandolini et al. (2009) la CI es una herramienta para integrar el equipo de los colaboradores con la empresa. También puede ser un método para informar al personal sobre objetivos generales o planes específicos, donde la prioridad es mejorar la eficiencia de la recepción de mensajes. Es la comunicación concretamente dirigida al público interno y que surge a partir de crear múltiples ventajas como un ambiente productivo, agradable y participativo.

Las estrategias de comunicación interna están acompañadas de liderazgo, los líderes deben entender que su responsabilidad corporativa se basa en alinear las necesidades y metas de la organización con los intereses del público.

Como mencionan Egas y Yance (2018) la comunicación estratégica es una herramienta que promueve el logro de las metas esperadas y brinda conceptos para actividades específicamente dirigidas al público objetivo para establecer un vínculo equilibrado entre hechos y opiniones; de igual manera, permite el significado de servicios o productos en la organización y establece conexiones abstractas entre empresa y sociedad.

Según Cuenca y Verazzi (2018) independientemente de quién lidere este cargo en la empresa, el éxito de la CI depende fundamentalmente en la actitud, el compromiso y el liderazgo con el propósito de dar a conocer su misión y visión, además de lograr empatía entre los empleados. La herramienta básica de gestión, y debe utilizarse de forma dinámica, planificada y precisa, basándose principalmente en la retroalimentación continua.

Por ello, la comunicación interna es muy importante dentro de una empresa u organización, ya que, si existe una buena comunicación entre los colaboradores, habrá un desempeño laboral adecuado, así se trabajará de manera armoniosa y didáctica, y esto conlleva a tener una buena relación y realizar un trabajo en equipo. Así lo afirma Gómez y Zapata (2017) quienes explican que la CI es un patrón de mensajes que son compartidos entre los miembros, o la relación que haya dentro de una institución; y debe ser fluida, recíproca, eficaz y emocionante, además, tiene que respetar la cultura y la identidad, debe estar enfocado en la calidad en función al usuario, asimismo es considerada como parte de los objetivos.

Vivas y Saavedra (2019) definen a la CI como un instrumento que se dirige al interior de la compañía con el fin de relacionar al personal de los diferentes niveles; además, motiva a los colaboradores a mejorar el trabajo en equipo y alcanzar los objetivos de la compañía. Esto conllevará a crear un ambiente muy positivo para el manejo de información y la toma de decisiones.

La comunicación es un factor esencial en cualquier ámbito, ya que si las empresas fallan en este punto, llegan a afectar las relaciones que existe entre los miembros y no se podrá obtener buenos resultados. Además, habrá una pérdida de información hacia los empleados, ya que no sabrán lo que está pasando, y eso hará que los colaboradores no se sientan satisfechos.

Según Parafinas (2019) dice que la CI se centra en el conocimiento de las necesidades del público interno, se trata de formar vínculos de confianza y fidelidad entre los colaboradores y la compañía a través de las actividades efectivas por medio de los diferentes medios de comunicación, de esta manera se crea una relación eficiente entre el personal de la empresa, esto conlleva a que la calidad de trabajo en equipo mejore y puedan cumplir con los objetivos y metas organizacionales. Una buena comunicación interna puede llegar a ser una gran ventaja para la empresa.

La CI es un factor indispensable en la empresa para poder formar una buena relación entre los distintos departamentos de la empresa, esto

promoverá que haya un buen desempeño laboral, a través de la cooperación, la coordinación y la satisfacción en el trabajo. Nos dicen que la CI reconoce la participación de los colaboradores en la toma de decisiones; puesto que, busca que el personal esté involucrado con la organización, esto produce un compromiso recíproco. El propósito que tiene la CI en la compañía es que los miembros interactúen entre ellos (a través del dialogo), formen lazos fuertes y se incremente la motivación.(Vizcaya, Mujica y Gásperi (2017).

Importancia

Hoy, la comunicación dentro de las organizaciones es uno de los mayores desafíos en la era de la información. Dentro de las organizaciones se habla de la importancia de escuchar y comprender a los consumidores, pero la relación entre los empleados y gerentes de la empresa no siempre fue primordial en ellas. La CI concede a la organización mantener la relación entre sus diferentes áreas, facilitando así el feedback y el logro de las metas estratégicas, y excluyendo conflictos en las relaciones interpersonales.

Para Egas y Yance (2018) la CI es un pilar muy importante e indispensable dentro de una compañía, y que debe estar incorporada a los objetivos y planes de la empresa, de esta manera se incrementa el funcionamiento, la productividad de ella, fomentar el trabajo en equipo a través de las diferentes relaciones que se constituyen entre áreas, y forma un ambiente de participación e integración propicio para la mejora de los trabajadores. Además, que puede crear un entorno próspero para gestionar los cambios en la institución.

La CI juega un rol muy importante dentro de toda organización, porque a través de una comunicación fluida y amena habrá un incremento de felicidad y satisfacción (Castro-Martínez & Díaz-Morilla, 2020). Por ende, es importante formular estrategias específicas para los colaboradores, elegir bien la información y el tiempo para poner en práctica todos los aspectos del plan. Cada área de la compañía puede tener diferentes necesidades y por lo tanto requerir diferentes estrategias.

Características

La comunicación interna solo se centra en los públicos internos. Además, es un factor importante para motivar el entusiasmo de los trabajadores, porque es posible alcanzar los objetivos marcados por la empresa a través del desempeño de los miembros.

Hay muchas más características que le son propias y que se enumeran a continuación. Pero se han seleccionado algunas de las más determinantes (Cuenca & Verazzi, 2018).

- Fortalecer la imagen de la organización.
- Esforzarse para cubrir las necesidades de los colaboradores.
- Permite la difusión de normas que inciden en su trabajo diario, labores y atributos, así como beneficios sociales, oportunidades de promoción y mejora profesional, etc.
- Permitir las opiniones de los trabajadores mediante canales establecidos.
- Facilitar al personal a entender las decisiones, opiniones y estándares de los líderes sobre temas que los afectan directamente.
- Permitir la relación de las distintas áreas para que haya una mejor interacción y buenas relaciones interpersonales.
- Ayuda a crear un ambiente de compañerismo, cooperación, y compromiso.

Funciones de la Comunicación Interna

Jiménez (2007) nos dice que “la comunicación interna es una función estratégica, y que desempeña cuatro funciones”.

- **Una función corporativa:** En el estudio de las pautas, el examen de los roles, la demostración del sentido direccional y los itinerarios de la comunicación interna, estos no forman parte de un indicador de la personalidad e identidad corporativas, por el contrario, favorece a poder establecerlas.
- **Una función operativa:** La comunicación interna interviene en las

conductas de actividades y también con el comportamiento de la relación en la asociación. Esto reconoce que se pueden compartir conocimientos y actitudes eficaces para cooperar mejor y lograr un mejor desempeño en el trabajo.

- **Una función cultural:** Influye en los colaboradores de la empresa, de forma espontánea y autónoma, pero también se involucra las creencias, las reglas, el comportamiento y los valores de cada integrante. Estos puntos, llegan a formar la cultura corporativa.
- **Una función estratégica:** El significativo valor que puede presentar la CI puede ser un elemento clave en la ejecución de la estrategia de la asociación. El plan de acción debe tener una estrategia de comunicación con el fin de lograr un mejor progreso, implementación y evaluación, lo cual es crucial.

Dimensiones

Es primordial que haya una buena comunicación dentro de la organización, puesto que, de esa manera los mensajes llegarán de forma clara y concisa a todos los miembros de la empresa y así, se podrá cumplir con los objetivos y metas trazadas.

Fernández y Fernández (2017) dividen a la comunicación interna en:

- ***Comunicación descendente***

Fernández y Fernández (2017) nos dice que va de un nivel superior a uno inferior, ya que trata de informar el orden determinado que existe para el cumplimiento de las labores, capacitaciones, normas, entre otros.

Guzmán (2012) son los mensajes que provienen de la gerencia hacia los colaboradores. En esta comunicación se demuestra la autoridad y el prestigio, puesto que, se interesan de que exista un buen ritmo laboral, un adecuado feedback y el cumplimiento de las metas y políticas de la empresa.

Robbins y Judge (2017) en este tipo de comunicación el mensaje va desde la cabeza hacia un nivel inferior, esto con el fin de poder lograr las metas establecidas y comunicar a los colaboradores sobre las políticas o reglas que tiene la empresa, además, informar sobre alguna necesidad o problema que esta tenga.

- ***Comunicación ascendente***

Fernández y Fernández (2017) esta comunicación es lo opuesto de la descendente, va desde lo más bajo hacia el nivel más alto de la asociación. Además, permite que los colaboradores expresen sus ideas u opiniones, y comprendan de forma clara la información.

Guzmán (2012) la comunicación ascendente se determina como mensajes que van de cargos inferiores a niveles superiores, generalmente para hacer consultas, tener una retroalimentación y realizar sugerencias. También, puede optimizar la moral y la actitud de los colaboradores, por lo que los mensajes seguidos por las redes ascendentes se catalogan como mensajes integrados o mensajes humanos.

Robbins y Judge (2017) esta dimensión fluye a niveles más altos de una compañía. Se emplea para facilitar feedback a los gerentes, informarles sobre su crecimiento y desarrollo hacia los objetivos y exponerles problemas actuales. Asimismo, permite a los gerentes comprender cómo se sienten los empleados acerca de su labor, sus colegas y toda la organización.

- ***Comunicación horizontal o lateral***

Fernández y Fernández (2017) menciona que en la comunicación lateral “hay un intercambio de información en el mismo nivel” (pág. 4). Es decir que el cambio de los mensajes entre los colaboradores se encuentra en el mismo grado de autoridad dentro de la compañía.

Guzmán (2012) en esta comunicación el intercambio de información es entre niveles jerárquicos iguales o similares, y tiene como fin la participación de

los colaboradores en la solución de conflictos, en la distribución de las tareas y en el intercambio de nuevos datos o conocimientos.

Robbins y Judge (2017) se requiere comunicación horizontal para ahorrar tiempo y facilitar la coordinación. En algunos casos, estos se crearon sin permiso para reducir el circuito de jerarquía y dar pasos rápidos. Por tanto, es positiva o negativa desde una perspectiva de gestión. El estricto cumplimiento de las estructuras jerárquicas en todas las redes puede detener el flujo de datos fácilmente. Sin embargo, si se violan los procedimientos permanentes, si el miembro pasa por alto al jefe para hacer algo, o si el jefe ve que se ha tomado un paso o una decisión sin su permiso, pueden crear conflictos.

Rabassa y Gascó (1999) tiene como dimensión al endomarketing:

- ***Endomarketing***

Rabassa y Gascó (1999) dicen que el endomarketing es un proceso por el cual se remiten y reciben mensajes sobre hechos y sentimientos. Asimismo, la comunicación interna y el marketing interno de una organización están muy ligadas, por ello, los gerentes tienen que tener una vista estratégica.

Shum Xie (2019) el endomarketing es responsable de todas las estrategias y actividades de los miembros del equipo y colaboradores para promover y comunicar el valor, misión, visión, esencia, identidad e imagen de la marca. Todas estas estrategias y acciones forman parte de las políticas internas de la empresa. El principal objetivo del marketing interno es conquistar a los miembros del equipo para que se sientan alineados con la marca, lo que ayudará a mejorar la motivación, el clima laboral y la lealtad a la empresa.

Kotler y Keller (2012) el marketing interno se encarga de capacitar y motivar a los colaboradores, además, las actividades que se realizan dentro de la organización son mucho más importantes que las que se realizan fuera de la empresa. Para que la organización tenga éxito todos los departamentos tienen que trabajar en conjunto, y de esta manera se podrá cumplir con los objetivos, por ello se requiere que haya una comunicación vertical con administradores de

alto rango y una comunicación horizontal con los diferentes departamentos, de esta forma todos puedan apoyarse mutuamente.

Como mencionan los autores y de manera resumida, esta dimensión cautiva y desarrolla profesionales con grandes cualidades, además que reduce la rotación de colaboradores.

1.3.5 Desempeño Laboral.

Definición

Esta variable se basa en las acciones que los colaboradores realizan dentro de la empresa, que, a través de su eficacia y asertividad, tratan de decir lo que piensan de una manera directa pero también que sea agradable y de esa forma puedan complementar y poder cumplir sus metas. El trabajo de un grupo depende mucho de los recursos que contribuye cada persona, estos pueden ser las habilidades, capacidades, el conocimiento, etcétera (Robbins & Coulter, 2010).

Para Robbins y Coulter (2010) el desempeño se refiere al sentido de identidad del empleado con el trabajo, la actitud de participación activa y el grado en que cree que su desempeño laboral es fundamental para su valor. Los empleados muy comprometidos con el trabajo se identifican fuertemente con el tipo de trabajo que hacen y realmente se preocupan por ellos.

De esta manera, las empresas alcanzan el desempeño que merecen, lo que conlleva al lograr las metas generales y el triunfo en el mundo empresarial (Chiavenato, 2017). Para poder lograrlo tiene que haber una iniciativa por parte de los colaboradores de poder brindar nuevas ideas o estrategias a la empresa y para ello tiene que hacer el uso de sus habilidades y de todos sus conocimientos adquiridos.

El desempeño toma en cuenta las acciones y la manera como nos conectamos con los demás, además, comprende cómo predecimos el futuro para lograr los objetivos en condiciones óptimas de rentabilidad y bienestar. A

lo largo del tiempo, se tiene que evaluar el potencial de cada empleado para desempeñar funciones o tareas en la empresa (Macas, 2020).

Según Beltrán y Téllez (2018) menciona que el desempeño de los colaboradores son los comportamientos, la capacidad que tiene una persona para la producción, creación, fabricación, y las acciones de laborar en un mejor tiempo, menor desgaste y calidad. Asimismo, se considera al desempeño como parte fundamental para el éxito de la empresa, ya que las competencias de cada integrante pueden ser medidas.

Importancia

La gestión de personas es considerada una pieza esencial de una entidad porque ayuda a realizar estrategias y mejorar la eficiencia. También, ayuda a establecer nuevas políticas, fortalecer la toma de decisiones y a saber si es necesario una nueva capacitación (Vallejo & Portalanza, 2017).

Ramírez y Ampudia (2018) señala que, desde la perspectiva del colaborador, la evaluación de desempeño puede verse como un examen, sin embargo, es la oportunidad para expresarse y progresar en todos los ámbitos de la empresa, ya que pueden lograr un avance colectivo y optimizar el logro de las metas institucionales.

Características

Anteriormente, las empresas creían que los factores claves para el éxito eran el capital y los clientes, y todo lo relacionado a los factores humanos se reducían a un plano menor y no eran importantes. Sin embargo, hoy en día las organizaciones se han dado cuenta del valor que tienen los colaboradores de la empresa. La carencia de motivación, los problemas organizativos o el escaso entorno laboral dificulta el bienestar de los empleados, pero definitivamente eso afectará directamente el desempeño de la empresa, reduciendo la productividad.

El desempeño laboral depende de muchos factores, es decir es multifactorial, según las capacidades, la percepción que cada colaborador tenga y las recompensas que la empresa brinde tendrá como resultado un

esfuerzo óptimo (Chiavenato, 2017). Es por eso, para brindar servicios de calidad a los clientes, las empresas deben considerar elementos que estén relacionados con el desempeño de los empleados.

Las características de esta variable se vinculan con los conocimientos, capacidades y destrezas que se espera que un trabajador aplique y evidencie al desenvolverse en su trabajo. Estos son los aspectos que se tomaron en cuenta: (Achoma, 2020).

- Voluntad: La intención de influir positivamente en los eventos para lograr las metas. Tener la capacidad de provocar circunstancias en lugar de aceptarlas pasivamente marcando el rumbo por medio de acciones concretas. Medidas necesarias para lograr el objetivo.
- Conocimientos: Es el nivel de conocimiento técnico y profesional alcanzado en su campo laboral. Estar en constante estudio para mantenerse al día con los últimos desarrollos y tendencias en su campo profesional.
- Habilidades: Desarrollo de las destrezas de los miembros del equipo, mediante acciones de mejoras positivas involucradas con los puestos presentes y futuros.
- Adaptabilidad: Se refiere al método de mantener la efectividad con diferentes tareas, responsabilidades y personal en diferentes entornos.
- Comunicación: La capacidad de manifestar eficazmente sus ideas de forma colectiva o individual. La habilidad de adaptar el idioma o la terminología a las necesidades del destinatario. Aproveche al máximo la gramática, la organización y la estructura de la comunicación.
- Trabajo en equipo: Es la capacidad de operar de manera positiva en un equipo de trabajo las cuales cooperan para lograr un fin común como lograr las metas organizacionales, además de promover un ambiente equilibrado que permita alcanzar consensos.

Dimensiones

La empresa cuenta con una evaluación de desempeño, mensualmente es aplicada en los colaboradores, esta evaluación fue implementada en enero

del 2021. Las dimensiones están basadas en el instrumento de la organización, estas son:

- ***Productividad***

Según López, Uribe y Vallejo (2021) Según los autores la productividad es la óptima combinación de los recursos y factores; además, de ser un factor clave para poder crecer, y para mejorar la productividad se debe ser eficaces y eficientes. Además, se requiere el compromiso de los colaboradores para poder lograr un buen resultado.

- ***Eficiencia***

Huerta y Rodríguez (2006) la eficiencia significa hacer bien las labores al menor costo posible. Esto es positivo, pero el resultado no está garantizado. Una persona eficiente se limita a hacer lo que se le da bien. Tiene presente los resultados que quiere conseguir y hará todo lo posible por acercarte a ellos.

Como dice Fleitman (2008) la eficiencia corresponde al rendimiento real del colaborador, al esfuerzo que cada uno de ellos muestra y el tiempo que dedican a las tareas programadas.

- ***Habilidades de organización***

Madrigal (2009) considera que la habilidad es la capacidad, gracia y destreza de un colaborador, para analizar, predicar, planificar, clasificar e interpretar las percepciones, las ideas y las destrezas tomando en cuenta el contexto general de la institución. Las habilidades, se evidencian en la realización de los trabajos con precisión y eficiencia, estas se cultivan y educan.

Para adquirir un mejor desempeño es significativo que los gerentes corporativos y organizacionales comprendan, desarrollen y utilicen habilidades: interpersonales, sociales y de liderazgo.

- ***Aprendizaje y desarrollo***

Garbanzo-Vargas (2015) nos menciona que el aprendizaje organizacional en sí es un modelo que guía el desarrollo organizacional, incidiendo en el desarrollo creativo y la gestión de organizaciones competitivas. Se considera el aprendizaje como un requisito notable para el cambio sustentado en el nivel de conocimiento de cada institución.

- ***Comunicación***

Como dice Fernández y Fernández (2017) la comunicación es un cambio de información, mensajes o ideas entre un grupo de personas, es decir; que existe un emisor y un receptor; es un pilar muy importante en la vida del ser humano.

Tal como expresa Guzmán (2012) “la comunicación es el proceso social más importante”. A través de este proceso se puede intercambiar información, pensamientos y sentimientos entre varias personas en un tiempo determinado, por ello, para que el mensaje llegue de forma clara tiene que ser una comunicación proactiva y eficaz.

- ***Relaciones Interpersonales***

Cornejo y Tapia (2011) nos expresa que las relaciones entre las personas cambian constantemente en la vida humana y se basa en las interacciones entre dos o más personas. Además, incluye habilidades prácticas de comunicación, escucha, resolución de conflictos y estrategias sociales y emocionales que mejoran la autoexpresión.

- ***Asistencia***

El propósito del registro de asistencias según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2006) es permanentemente llevar control de las horas trabajadas por el personal que se consignarán de manera propia. Asimismo, ayuda a contabilizar las actividades que se realizan en las horas extras, las cuales deben ser gratificadas por los empresarios de acuerdo la ley (Decreto

Supremo N° 004-2006-TR). Todo trabajador está sometido al régimen laboral de la actividad privada y tiene la obligación de tener un registro de asistencia permanente.

1.4 Formulación del problema

Problema General

¿Qué relación existe entre la comunicación interna y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC?

Problemas Específicos

- ¿De qué manera la comunicación descendente se relaciona con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC?
- ¿De qué manera la comunicación ascendente se relaciona con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC?
- ¿De qué manera la comunicación horizontal se relaciona con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC?
- ¿De qué manera el endomarketing se relaciona con en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC?

1.5 Justificación e importancia del estudio

Esta investigación tiene relevancia teórica, porque el estudio se apoya de teorías que están relacionadas a las variables; y práctico, porque genera aportes que ayudan a resolver la problemática. Es importante saber la relación que existe entre la Comunicación Interna y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa, esto permite saber cómo es el ambiente en donde se encuentran los trabajadores, además de conocer las necesidades que ellos o la empresa puedan tener.

Es necesario estudiar la CI de la institución, porque el desempeño y la eficiencia laboral dependen de la organización. Esto beneficia a los usuarios, trabajadores y a la empresa, ya que es necesario que la institución mantenga un óptimo ambiente organizacional, a la vez mantenga motivado a sus empleados y satisfechos a sus usuarios.

Tras una adecuada preparación, los colaboradores proactivos, bien informados y participativos se convertirán en los pilares de la organización, y sus acciones positivas se verán reflejadas en la atención al cliente. La imagen corporativa constituye la valoración que hace el público hacia la empresa, eso significa que beneficia a toda la organización, ya que la imagen interna es reflejada en la imagen externa la cual es recepcionada por los clientes.

Esta investigación busca ser tomada como ayuda al gerente, los directores y otros miembros de la organización, que noten lo necesario y útil que es la gestión de la CI, para contar con colaboradores informados en los aspectos internos, con la intención de reforzar en el entorno laboral de la organización. Además, ser referente para otros estudios.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis General

Existe una relación significativa entre la comunicación interna y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

1.6.2 Hipótesis Específicos

- La Comunicación descendente se relaciona de manera directa y significativa con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.
- La Comunicación ascendente se relaciona de manera directa y significativa con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

- La Comunicación horizontal se relaciona de manera directa y significativa con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.
- El Endomarketing se relaciona de manera directa y significativa con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Determinar la relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

1.7.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación entre Comunicación descendente y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.
- Identificar la relación entre Comunicación ascendente y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.
- Determinar la relación entre Comunicación horizontal y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.
- Identificar la relación entre Endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1 Tipo y Diseño de Investigación.

2.1.1 Tipo.

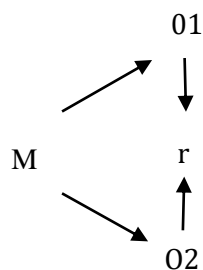
Según Concytec (2018) el propósito de una investigación aplicada es determinar los medios que pueden satisfacer las necesidades específicas identificadas a través del conocimiento científico.

Álvarez-Risco (2020) menciona que este tipo de investigación es de gran valor, ya que el progreso del sector productivo genera riqueza. La investigación aplicada hace uso de conocimientos básicos.

2.1.2 Diseño.

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) dice que el diseño es un esquema donde se especifica el desarrollo que se requiere para la obtención de información. Además, fija las bases de una investigación. Este es un estudio no experimental, puesto que las variables no están controladas ni modificadas. Los investigadores solo se limitan a observar los sucesos.

Es descriptivo - correlacional, ya que busca conocer la relación entre la CI y el desempeño laboral en los colaboradores de Grupo Ases Capital S.A.C. Se observan los cambios espontáneos que ocurren en ambas variables para indagar si surgen juntas o no.



Donde:

- **M** = Muestra
- **O1** = Variable 1.
- **O2** = Variable 2.
- **r** = Correlación entre ambas variables.

2.2 Población y muestra

La población es la suma de todas las unidades de observación, las cuales tienen alguna característica en común que contribuye al propósito de la investigación (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). La población de la empresa Grupo Ases Capital SAC está conformada por 35 colaboradores, de los cuales, ellos mismos conforman la muestra, ya que no es una cantidad muy grande.

Esta investigación aplicó una muestra censo, según Hernández y Mendoza (2018) nos dice que la muestra censo es la enumeración de todos los elementos que conforman la población.

2.3 Variables, Operacionalización

2.3.1 Variables.

Variable 1: Comunicación Interna

Marchiori (2011) indica que la CI viene mirando con énfasis el asunto formativo, o sea como construyen su realidad organizacional las personas en sus procesos de comunicación y, cómo esta experiencia viabiliza que las personas se vean como tales y hallen sentido en sus acciones dentro de la institución.

Reyes (2012) menciona que esta variable ayuda a coordinar, invertir e integrar los recursos humanos; es decir, compromete a los trabajadores con la organización, conjuntamente tiene que componer y desarrollar planes y estrategias de comunicacionales centrándose en cuatro aspectos: vínculo, efectividad, identidad y orgullo.

Variable 2: Desempeño Laboral

Según Toro (2002) el desempeño laboral está regulado por reglas, limitaciones, perspectivas de los demás, requisitos técnicos y económicos,

tipos de eficiencia, recompensas y recursos, o ayuda necesaria para certificar la calidad de la relación entre resultados de desempeño.

2.3.2 Operacionalización.

Las variables se operacionalizaron tomando en cuenta a Fernández y Fernández (2017) y a Rabassa y Gascó (1999) quienes determinaron como dimensiones de la CI: Comunicación Ascendente, Comunicación Descendente, Comunicación Horizontal y Endomarketing. Para la variable 2 se consideró las dimensiones que están establecidas en la evaluación de desempeño que aplica la empresa Grupo Ases y los indicadores e ítems están explicados en el instrumento (Ver anexo 2).

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

2.4.1 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnica:

Para esta investigación se usó la técnica de encuesta, este procedimiento nos ayudará a recolectar la información y los datos que necesitamos de nuestra muestra, según Malhotra (2008) nos dice que esta técnica sirve para conseguir información a través de un interrogatorio a las personas, donde se les plantea preguntas sobre su comportamiento, conocimiento, motivaciones y actitudes. Asimismo, también sobre su estilo de vida y aspectos demográficos.

Instrumento:

Se hizo uso del cuestionario, el cual es un formato que sirve para conseguir información sobre las variables del informe. Según Arias (2020) es un tipo de encuesta que se utiliza de manera escrita que consta con una lista de preguntas. Este instrumento puede ser aplicado individualmente como también colectiva, ya sea de forma presencial o a través del correo electrónico.

Tomando en cuenta las dimensiones e indicadores de cada variable se realizó dos cuestionarios que consta de 18 preguntas cada una (Ver anexo 4).

2.4.2 Validez y confiabilidad.

Validez:

La validez es “el grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir” (Hernández et al., 2018). Los instrumentos de la investigación han sido verificados por expertos y profesores universitarios. Para asegurar la validez de los cuestionarios elaborados, han verificado las herramientas de acuerdo con la consistencia y el propósito de la investigación (Ver anexo 5).

Confiabilidad:

Hernández et al. (2014) también llamada fiabilidad de un instrumento de medición, es decir el grado en que el uso repetido de la misma persona u objeto origina resultados sólidos, coherentes e iguales.

En este estudio, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach, porque el instrumento tiene una medición de Escala Likert, ya que es politómico. Igualmente se ejecutó una prueba piloto con 15 colaboradores de una empresa con características similares, con la intención de establecer con seguridad la confiabilidad del instrumento (Ver anexo 6).

Cuestionario “Comunicación interna”

El análisis de confiabilidad del cuestionario “Comunicación interna” mediante el coeficiente alfa de Cronbach, presenta una muy alta confiabilidad del ,810 (Ver anexo 7).

Cuestionario “Desempeño laboral”

El análisis de confiabilidad del cuestionario “Desempeño laboral” mediante el coeficiente alfa de Cronbach, presenta una muy alta confiabilidad del ,888 (Ver anexo 8).

2.5 Procedimiento de análisis de datos.

El análisis estadístico de la investigación se realizó mediante el programa SPSS y Microsoft Excel para realizar análisis estadísticos de la investigación. La base de datos se ingresó a SPSS a partir de la información conseguida mediante herramientas de recopilación de datos. El proceso de análisis de los datos se consiguió de los instrumentos, los cuales se ejecutaron en el programa estadístico de SPSS; conteniendo estadística descriptiva. En este sentido, los resultados se presentaron de acuerdo con el propósito de la encuesta mediante el desarrollo de tablas y gráficos que permitieron su análisis y facilitaron la visualización a los investigadores e interesados.

2.6 Criterios éticos.

Para la presente investigación se tuvo en cuenta la veracidad de la información que se obtuvo de los datos recopilados, los participantes nos brindaron su consentimiento, respetando la protección de los colaboradores de la empresa Grupo Ases aplicando un cuestionario anónimo.

Respecto a las citas y referencias, se tuvo en cuenta la aplicación de las normas APA, respetándose los derechos de autor. Asimismo, la información recopilada de la encuesta es utilizada netamente para los objetivos de la investigación.

2.7 Criterios de Rigor Científico

Con este fin, los investigadores deben revisar los resultados de la investigación y los descubrimientos para comprender el estado científico de rigor del desarrollo de la investigación. Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) propusieron al menos cuatro estándares básicos para lograr este objetivo:

- **Valor de verdad**

El rigor científico en torno a la credibilidad significa la evaluación de las condiciones de investigación que pueden considerarse creíbles, y esto debe hacerse de acuerdo con el proceso seguido en la investigación.

- **Aplicabilidad**

Dada la sociabilidad y complejidad de los fenómenos estudiados, los resultados de este estudio no son transferibles ni aplicables a otros orígenes y / o campos de actuación. En cualquier caso, se puede utilizar como referencia para transferir herramientas y etapas de investigación en otras situaciones o contextos.

- **Consistencia**

El interés en la coherencia surge del hecho de que el instrumento debe promover resultados sólidos para que tales resultados sean significativos.

- **Neutralidad**

La neutralidad a menudo se denomina objetividad. Debido a la existencia de la información arrojada por las herramientas aplicadas. En estos casos, los datos no están sesgados y no responden a ningún tipo de manipulación personal.

III. RESULTADOS

3.1 Resultados en Tablas y Figuras

3.1.1 Estadística descriptiva

Tabla 1

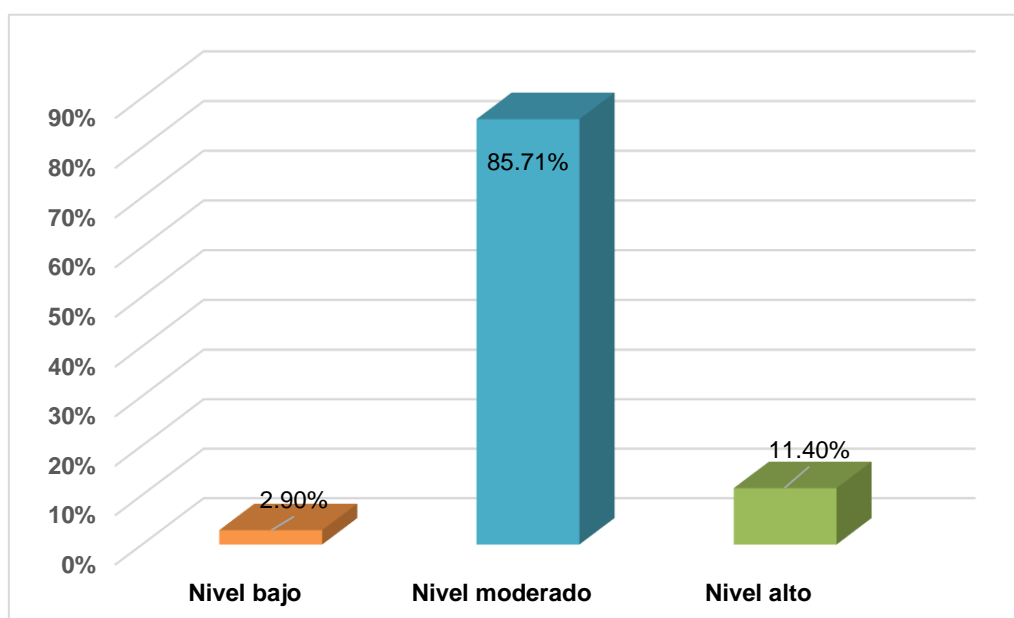
Niveles de Comunicación Interna

Niveles	Comunicación interna	
	F	%
Nivel bajo	1	2.90
Nivel moderado	30	85.71
Nivel alto	5	11.40
Total	35	100.00

Nota: Instrumento aplicado

Figura 1

Niveles de Comunicación Interna



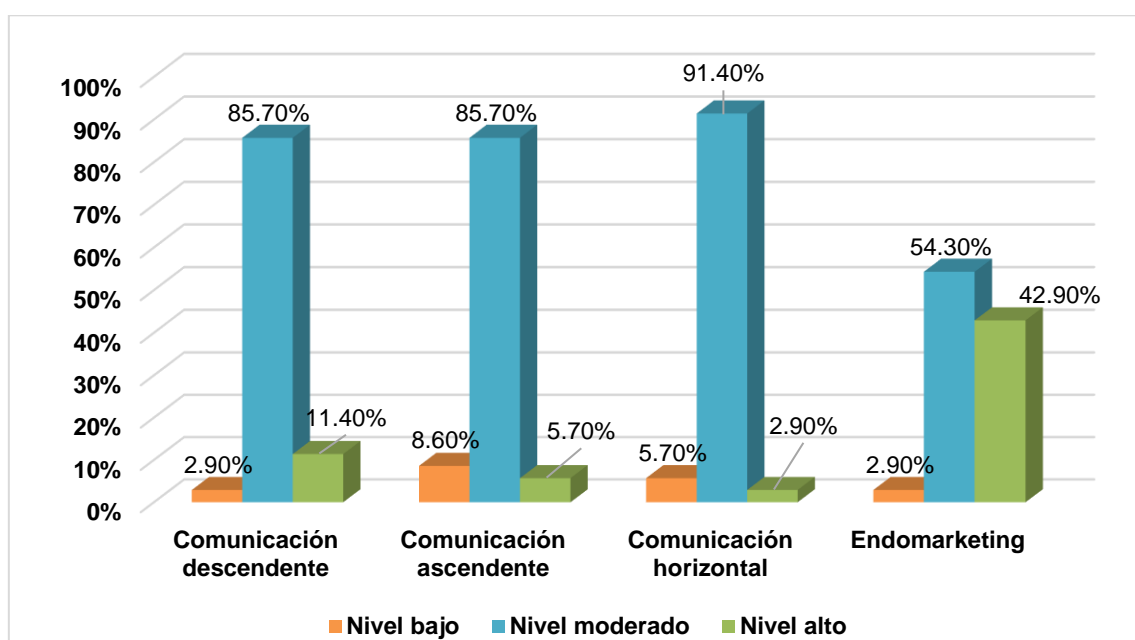
Nota: Instrumento aplicado

Interpretación: Se puede observar que los colaboradores en la variable comunicación interna, se ubicaron en el nivel moderado, con un 85.71% y un nivel alto, 11.40%.

Tabla 2*Niveles de las dimensiones de la Comunicación Interna*

Dimensiones	Nivel bajo		Nivel moderado		Nivel alto		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Comunicación descendente	1	2.90	30	85.70	4	11.40	35	100.00
Comunicación ascendente	3	8.60	30	85.70	2	5.70	35	100.00
Comunicación horizontal	2	5.70	32	91.40	1	2.90	35	100.00
Endomarketing	1	2.90	19	54.30	15	42.90	35	100.00

Nota: Instrumento aplicado

Figura 2*Niveles de las dimensiones de la Comunicación Interna*

Nota: Instrumento aplicado

Interpretación: Los colaboradores en comunicación descendente y ascendente se han ubicado en un nivel moderado con un 85.70%. Además, de esta última, se obtuvo un nivel alto de 5.70%. Mientras que, en endomarketing se ubicaron en un nivel moderado con 54.30%. Asimismo, en la comunicación horizontal, han alcanzado el nivel alto con un 2.90%, un nivel bajo del 5.70% y un nivel moderado, 91.40%.

Tabla 3

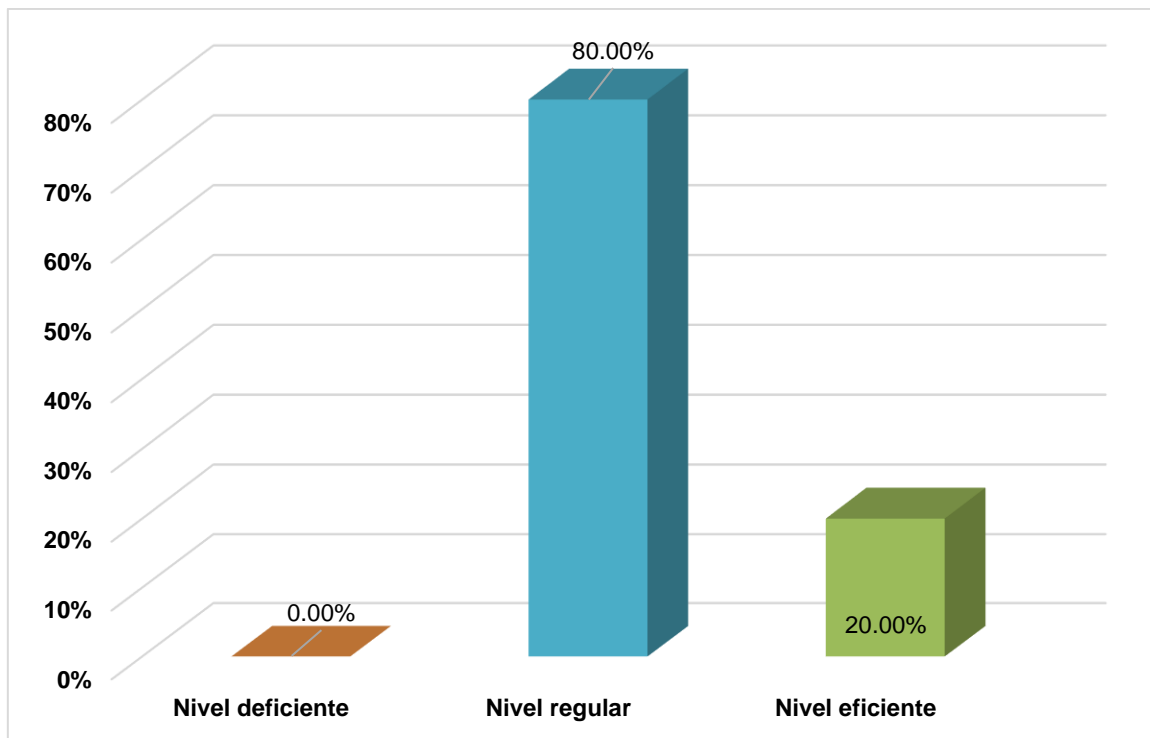
Niveles de Desempeño laboral

Niveles	Desempeño laboral	
	F	%
Nivel regular	28	80.00
Nivel eficiente	7	20.0
Total	35	100.00

Nota: Instrumento aplicado

Figura 3

Niveles de Desempeño laboral



Nota: Instrumento aplicado

Interpretación: Los colaboradores han expuesto que la variable de desempeño laboral ha alcanzado el nivel regular con un 80% y un nivel eficiente del 20%.

Tabla 4

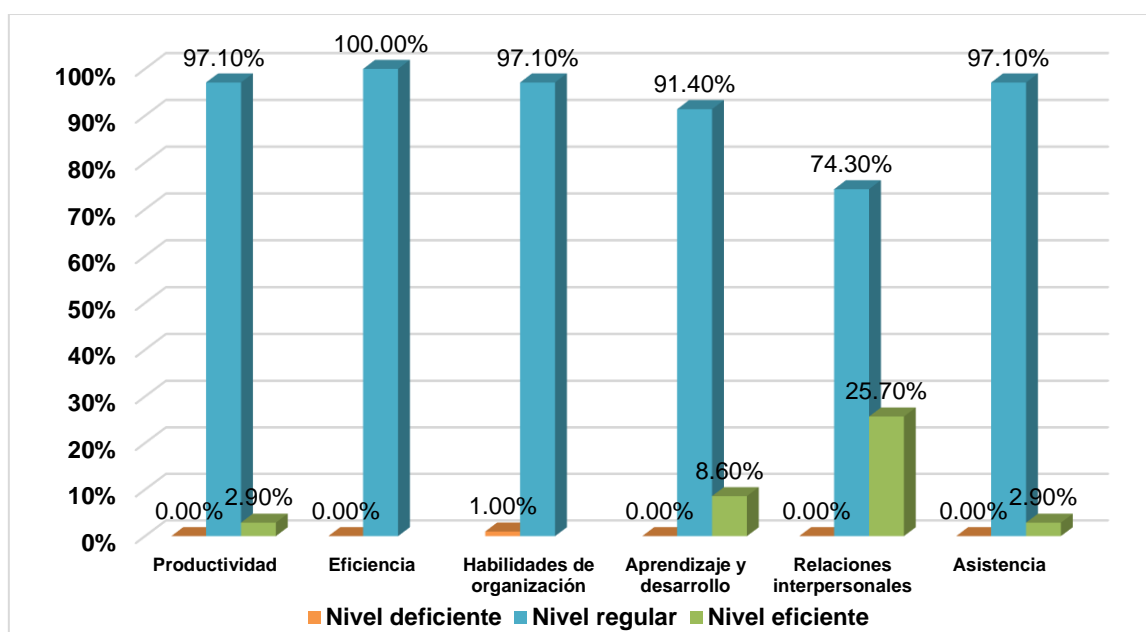
Dimensiones de Desempeño laboral

Dimensiones	Nivel Deficiente		Nivel Regular		Nivel Eficiente		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Productividad			34	97.10	1	2.90	35	100.00
Eficiencia			35	100.00			35	100.00
Habilidades de organización	1	2.90	34	97.10			35	100.00
Aprendizaje y desarrollo			32	91.40	3	8.60	35	100.00
Relaciones interpersonales			26	74.30	9	25.70	35	100.00
Asistencia			34	97.10	1	2.90	35	100.00

Nota: Instrumento aplicado

Figura 4

Dimensiones de desempeño laboral



Nota: Instrumento aplicado

Interpretación: Los colaboradores en la dimensión de productividad y habilidades de organización obtuvieron un 97.10% en el nivel regular. En la dimensión de eficiencia, han alcanzado un nivel regular, 100%. En la dimensión de aprendizaje y desarrollo, lograron un 91.40% en el nivel regular y un 8.60% en el nivel eficiente. En la dimensión de relaciones interpersonales, alcanzaron en el nivel regular un 74.30%. Finalmente, en la dimensión de asistencia, obtuvieron el nivel regular un 97.10%.

Tablas de contingencia

Tabla 5

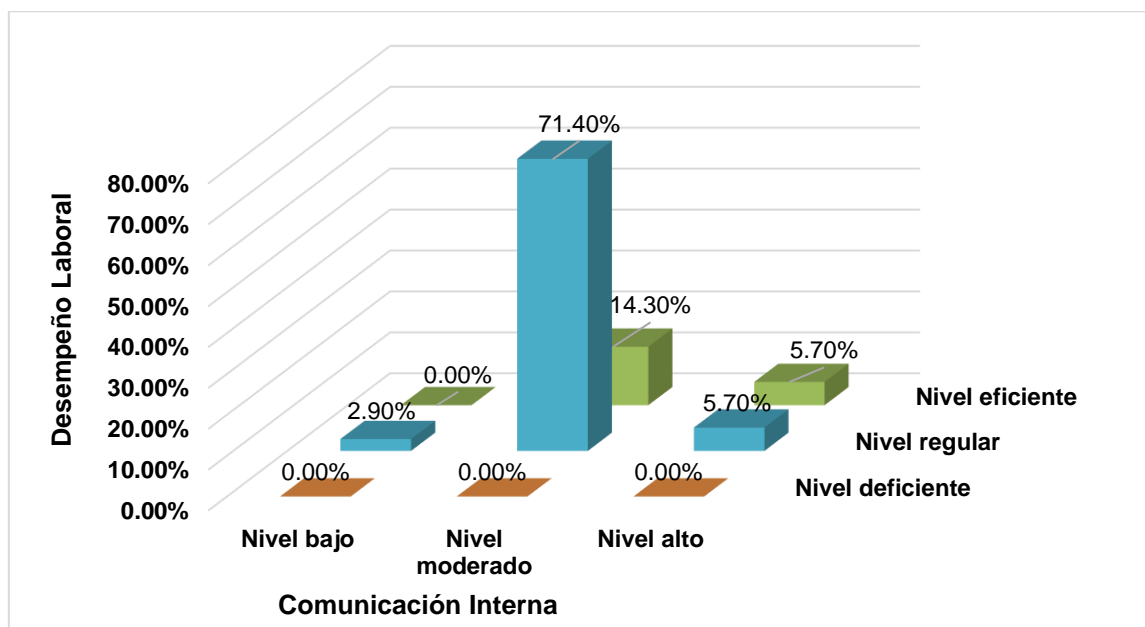
Comunicación Interna y Desempeño Laboral

			Desempeño Laboral		Total
			Nivel regular	Nivel eficiente	
Comunicación Interna	Nivel bajo	R	1	0	1
		%	2.90 %	0.00%	2.90%
	Nivel moderado	R	25	5	30
		%	71.40%	14.30%	85.70%
	Nivel alto	R	2	2	4
		%	5.70%	5.70%	11.40%
Total		R	28	7	35
		%	80.00%	20.00%	100.00%

Nota: Instrumento aplicado

Figura 5

Comunicación Interna y Desempeño Laboral



Nota: Instrumento aplicado

Interpretación: El análisis de la tabla de contingencia indica que existe una asociación directa entre las variables. Los colaboradores demuestran un nivel moderado en Comunicación Interna junto a un Desempeño Laboral regular, representado por el 71.40%. Otro porcentaje distintivo está dado por el 5.70%, que presenta un nivel alto en Comunicación Interna junto a un Desempeño Laboral regular y eficiente.

Tabla 6

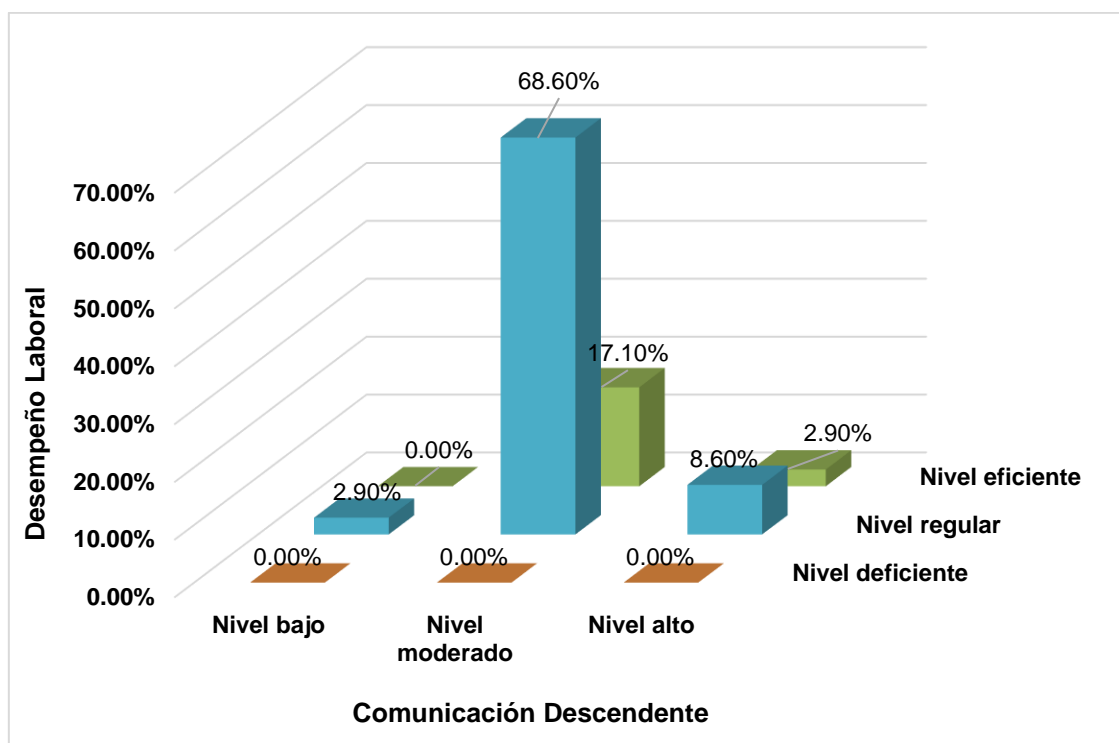
Comunicación Descendente y Desempeño Laboral

			Desempeño Laboral		Total
			Nivel regular	Nivel eficiente	
Comunicación Descendente	Nivel bajo	R	1	0	1
		%	2.90%	0.00%	2.90%
	Nivel moderado	R	24	6	30
		%	68.60%	17.10%	85.70%
	Nivel alto	R	3	1	4
		%	8.60%	2.90%	11.40%
Total		R	28	7	35
		%	80.00%	20.00%	100.00%

Nota: Instrumento aplicado

Figura 6

Comunicación Descendente y Desempeño Laboral



Nota: Instrumento aplicado

Interpretación: El análisis revela que existe una asociación directa entre la dimensión 1 y la variable 2. También, el 68.60% de los colaboradores demuestra un nivel moderado en Comunicación Descendente junto a un Desempeño Laboral regular. Otro porcentaje importante está dado por el 2.90%, que presenta un nivel alto en Comunicación Descendente junto a un Desempeño Laboral eficiente.

Tabla 7

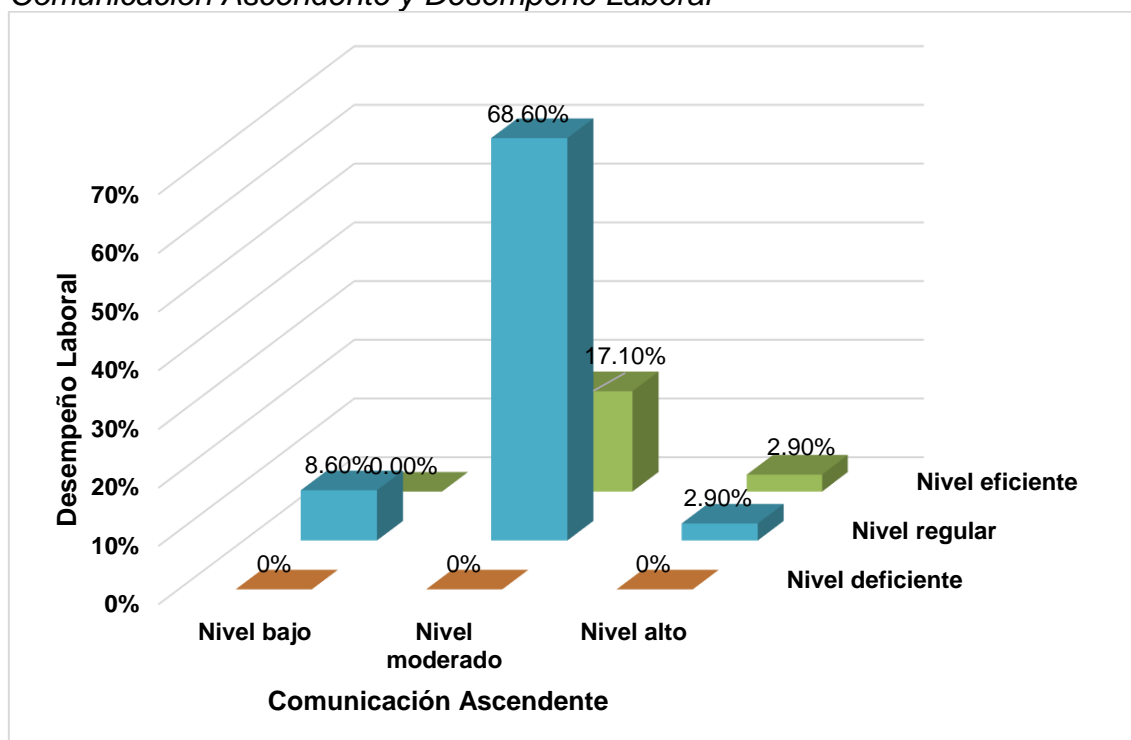
Comunicación Ascendente y Desempeño Laboral

			Desempeño Laboral		Total
			Nivel regular	Nivel eficiente	
Comunicación Ascendente	Nivel bajo	R	3	0	3
		%	8.60%	0%	8.60%
	Nivel moderado	R	24	6	30
		%	68.60%	17.10%	85.70%
	Nivel alto	R	1	1	2
		%	2.90%	2.90%	5.70%
Total		R	28	7	35
		%	80.00%	20.00%	100.00%

Nota: Instrumento aplicado

Figura 7

Comunicación Ascendente y Desempeño Laboral



Nota: Instrumento aplicado

Interpretación: El análisis muestra que existe una asociación directa entre la dimensión 2 y la variable 2. Además, el 68.60% de los trabajadores manifiesta un nivel moderado en Comunicación Ascendente junto a un Desempeño Laboral regular. Asimismo, otro dato relevante está dado por el 2.90%, que demuestra un nivel alto en Comunicación Ascendente junto a un Desempeño Laboral regular y eficiente.

Tabla 8

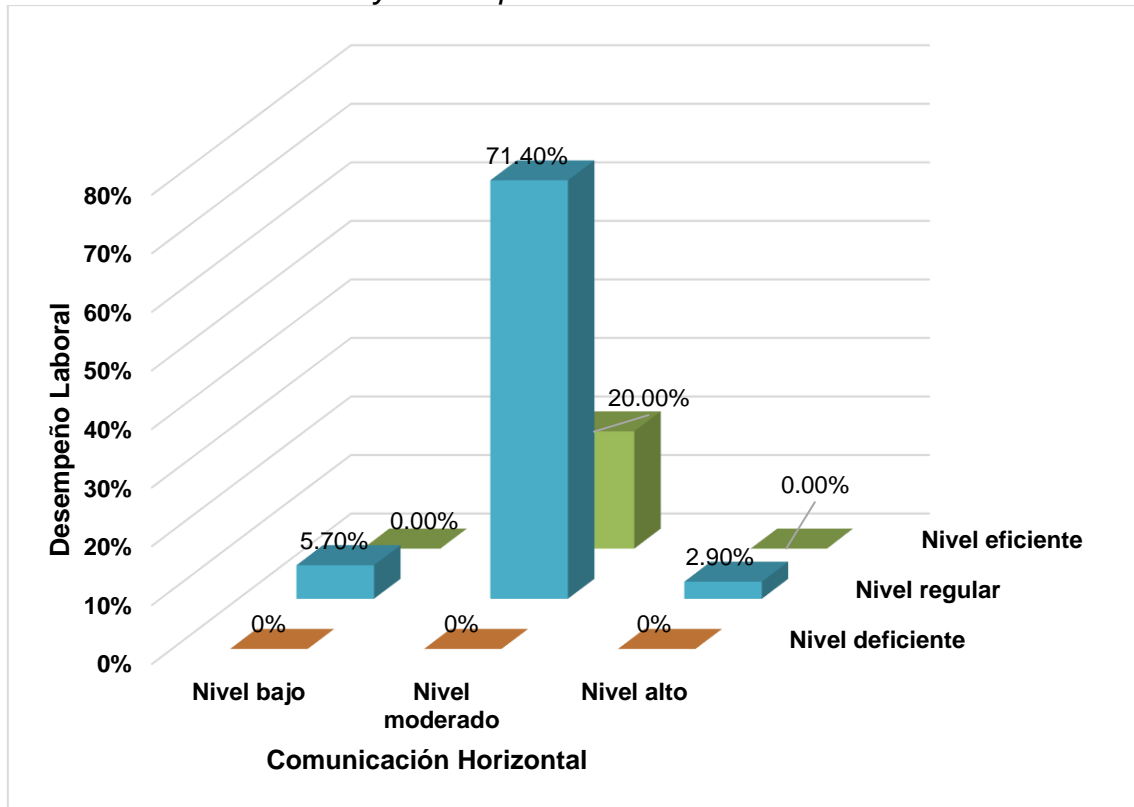
Comunicación Horizontal y Desempeño Laboral

			Desempeño Laboral		Total
			Nivel regular	Nivel eficiente	
Comunicación Horizontal	Nivel bajo	R	2	0	2
		%	5.70%	0%	5.70%
	Nivel moderado	R	25	7	32
		%	71.40%	20.00%	91.40%
	Nivel alto	R	1	0	1
		%	2.90%	0%	2.90%
Total			R	7	35
			%	80.00%	100.0%

Nota: Instrumento aplicado

Figura 8

Comunicación Horizontal y Desempeño Laboral



Nota: Instrumento aplicado

Interpretación: Se concluye que existe una asociación directa entre la dimensión 3 y la variable 2. Igualmente, el 71.40% de los trabajadores manifiesta un nivel moderado en Comunicación Horizontal junto a un Desempeño Laboral regular. Además, el 20.00% señala un nivel moderado en Comunicación Horizontal junto a un Desempeño Laboral eficiente.

Tabla 9

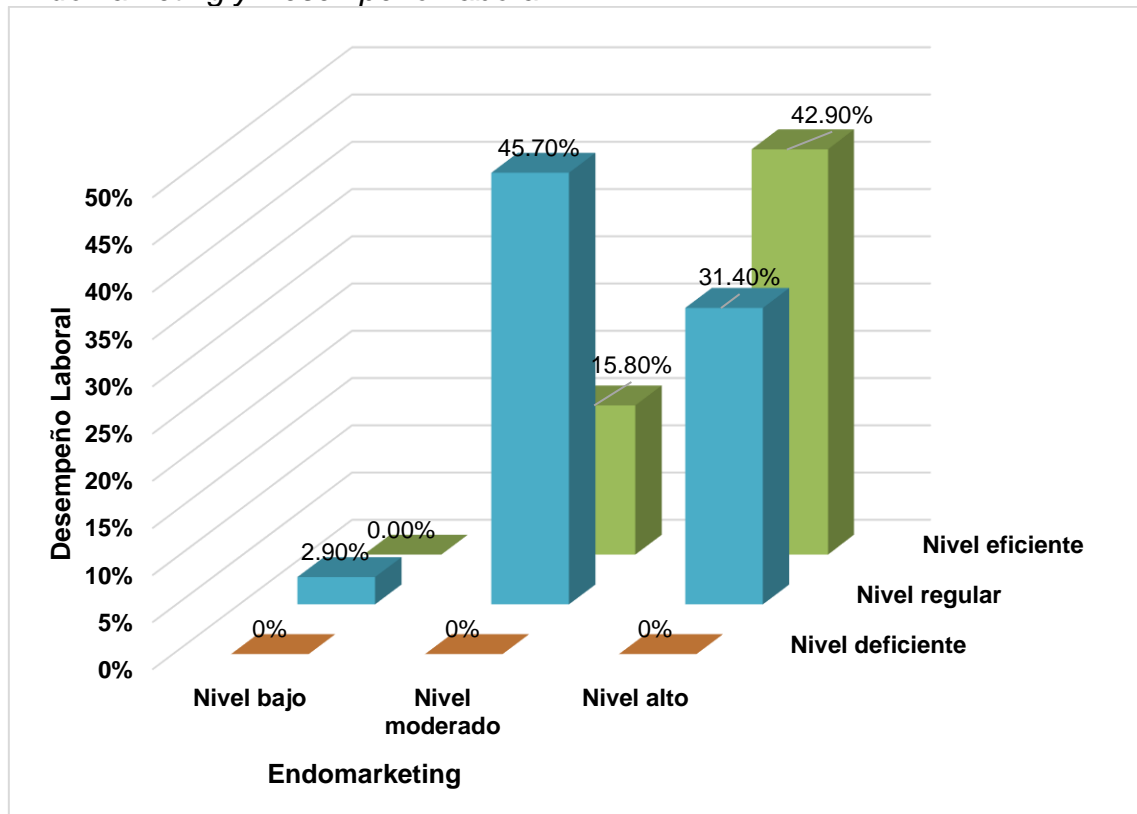
Endomarketing y Desempeño Laboral

			Desempeño Laboral		Total
			Nivel regular	Nivel eficiente	
Endomarketing	Nivel bajo	R	1	0	1
		%	2.90%	0.00%	2.90%
	Nivel moderado	R	16	3	19
		%	45.70%	8.60%	54.30%
	Nivel alto	R	11	4	15
		%	31.40%	11.40%	42.90%
Total		R	28	7	35
		%	80.00%	20.00%	100.00%

Nota: Instrumento aplicado

Figura 9

Endomarketing y Desempeño Laboral



Nota: Instrumento aplicado

Interpretación: Se concluye que existe una asociación entre la dimensión 4 y la variable 2. También, el 45.70% de los empleados manifiestan un nivel moderado en Endomarketing junto a un Desempeño Laboral regular. Otro porcentaje considerable está dado por el 11.40%, que marca un nivel alto en Endomarketing junto a un Desempeño Laboral eficiente.

3.1.2 Prueba de Normalidad

Por ser la muestra menor de 50, para la aplicación se utilizó el Test de Normalidad Shapiro-Wilk, de esta manera mediante su significancia se podrá determinar si se presenta la distribución normal en los datos.

Decisión:

$p \geq 0,05$ Los datos se distribuyen de forma normal.

$p < 0,05$ Los datos no se distribuyen de forma normal.

Tabla 10

	Estadístico	gl	P_valor
Comunicación interna (V1)	,502	35	,000
Comunicación descendente	,502	35	,000
Comunicación ascendente	,527	35	,000
Comunicación horizontal	,394	35	,000
Endomarketing	,711	35	,000
Desempeño laboral (V2)	,491	35	,000
Productividad	,161	35	,000
Eficiencia	,161	35	,000
Habilidades de organización	,317	35	,000
Aprendizaje y desarrollo	,546	35	,000
Relaciones Interpersonales	,161	35	,000
Asistencia	,491	35	,000

Resultados de la Prueba de Normalidad

Nota: Instrumento aplicado

Se concluye que:

Los datos no se distribuyen de forma normal, ya que $p < 0,05$; por ello se rechaza la hipótesis nula de normalidad, la prueba estadística que se ha usado para la relación entre variables, fue no paramétrica; en este caso se utilizó la correlación de Rho Spearman (Ver tabla en anexo 9).

Regla de decisión

$r = 0$; no existe relación entre variables

$r \neq 0$; existe relación entre variables

3.1.3 Contrastación de hipótesis general

Comunicación interna y desempeño laboral

Ho: No existe una relación significativa entre la comunicación interna y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

Ha: Existe una relación significativa entre la comunicación interna y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

Variables	Rho de Spearman	P_valor
Comunicación interna – Desempeño laboral	.274	.112

Se decide aceptar la Ho, dado que el p_valor es mayor al 0.05.

Observándose que entre la comunicación interna y el desempeño laboral existe una correlación positiva baja de 0.274 y un nivel de significancia de 0.112; concluyendo que no existe una relación significativa entre la comunicación interna y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

3.1.4 Contrastación de hipótesis específicas

Hipótesis específica 1: Comunicación descendente y desempeño laboral

Ho: La Comunicación descendente no se relaciona de manera directa y significativa con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

Ha: La Comunicación descendente se relaciona de manera directa y significativa con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

Dimensión - Variable	Rho de Spearman	P_valor
Comunicación descendente – Desempeño laboral	.076	.666

Dado que el nivel de significancia estadístico es mayor al 0.05, se decide aceptar la H_0 .

Evidenciándose que entre la dimensión comunicación descendente y el desempeño laboral existe una correlación mínima de 0.76 y un nivel de significancia de 0.666; conllevando a decir que no existe una relación significativa entre la comunicación descendente y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

Hipótesis específica 2: Comunicación ascendente y desempeño laboral

H_0 : La Comunicación ascendente no se relaciona de manera directa y significativa con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

H_a : La Comunicación ascendente se relaciona de manera directa y significativa con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

El nivel de significancia teórica es: $\alpha = 0.05$

Dimensión - Variable	Rho de Spearman	P_valor
Comunicación ascendente – Desempeño laboral	.227	.190

Debido a que el p_valor es mayor al 0.05, se decide aceptar la H_0 .

En tanto, se manifiesta que entre la dimensión comunicación ascendente y el desempeño laboral existe una correlación positiva baja de 0.227 y un nivel de significancia de 0.190, por ello se dice que no existe una relación significativa

entre la comunicación ascendente y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

Hipótesis específica 3: Comunicación horizontal y desempeño laboral

Ho: La Comunicación horizontal no se relaciona de manera directa y significativa con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

Ha: La Comunicación horizontal se relaciona de manera directa y significativa con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

El nivel de significancia teórica es: $\alpha = 0.05$

Dimensión - Variable	Rho de Spearman	P_valor
Comunicación horizontal – Desempeño laboral	.051	.771

Se decide aceptar la Ho, ya que el p_valor es mayor al 0.05.

Apreciándose que existe una correlación mínima de 0.051 entre la dimensión comunicación horizontal y el desempeño laboral, y un nivel de significancia de 0.771; por ello, se afirma que no existe una relación significativa entre la comunicación horizontal y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

Hipótesis específica 4: Endomarketing y desempeño laboral

Ho: El endomarketing no se relaciona de manera directa y significativa con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

Ha: El endomarketing se relaciona de manera directa y significativa con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

El nivel de significancia teórica es: $\alpha = 0.05$

Dimensión - Variable	Rho de Spearman	P_valor
Endomarketing – Desempeño laboral	.154	.377

Al ser el p_valor es mayor a 0.05, se acepta la Ho.

Se evidencia que existe una correlación mínima de 0.154 entre la dimensión endomarketing y el desempeño laboral, y un nivel de significancia de 0.377, pudiendo afirmar que no existe una relación significativa entre el endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa.

3.2 Discusión de resultados

El objetivo general del presente informe fue determinar la relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral de los colaboradores, en ese aspecto, los resultados descriptivos mostraron que las variables se situaron con un nivel moderado, 85.71% y un nivel regular con 80.00%, respectivamente.

Para los resultados inferenciales; se realizó la prueba de normalidad que indicó la no normalidad de los datos, ya que las variables presentaron una significancia ($p < 0.05$), por lo tanto, se aplicó una prueba estadística no paramétrica usando el modelo de Spearman. Con respecto a la hipótesis general, se comprobó que entre la CI y el desempeño laboral existe una correlación positiva baja de 0.274 y un nivel de significancia de 0.112.

En los antecedentes, se puede contrastar con la investigación que realizó Roncal y Zelada (2017) donde se observa que en sus resultados de la CI y el desempeño laboral se encontró que el valor del coeficiente de correlación Chi Cuadrado es $X^2 = 0.55.556$ con nivel de significancia menor al 5% ($p < 0.05$), esto muestra que la relación entre ambas variables se manifiesta de manera directa y significativa; por ende, se espera entonces que si la CI es buena, el desempeño laboral de los empleados de la empresa, debe ser igual.

Dentro del marco teórico, Brandolini et al. (2009) mencionó que la CI es una herramienta que integra un equipo de trabajadores con la organización,

además, de manera eficientes utiliza métodos que logren que los objetivos generales o planes específicos sean correctamente comunicados a los empleados, ya que la prioridad es optimar la eficacia del recibimiento de los mensajes. Respecto al desempeño laboral, Robbins y Coulter (2010) se refieren al sentido de identidad y la contribución activa del trabajador en el desarrollo de su trabajo, y al grado en que él cree que su desempeño es primordial para su valor. Los empleados altamente dedicados están de acuerdo con el tipo de trabajo que hacen y se preocupan por ellos.

En los resultados de Hipótesis 1, se obtuvo que entre la dimensión comunicación descendente y el desempeño laboral existe un nivel de significancia de 0.666 y un coeficiente de correlación de 0.076; conllevando a decir que existe una relación mínima entre la dimensión 1 y variable 2 en los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

Este resultado guarda relación con el obtenido por Caicedo (2018) realizó una investigación donde en su análisis de correlación se puede observar que existe una correlación significativa positiva entre las variables, con un coeficiente de 0, 655; sin embargo la intensidad se considera media, es decir las dos variables no poseen los mismos valores exactamente, no obstante se determina que si existe una correlación en sentido directo.

Con respecto al marco teórico, el autor Guzmán (2012) menciona que la primera dimensión son mensajes de la dirección hacia los colaboradores. En este intercambio se refleja autoridad y prestigio porque les interesa un buen ritmo de trabajo, una adecuada retroalimentación y el alcance de objetivos y obediencia a las políticas de la empresa. Por otro lado, Chiavenato (2017) expresa que la variable 2, para alcanzar las metas organizacionales, los colaboradores deben aportar proactivamente a la empresa nuevas ideas o estrategias, para lo cual deben utilizar sus destrezas y todos los conocimientos obtenidos.

En los resultados de Hipótesis 2, se manifiesta que entre la dimensión comunicación ascendente y el desempeño laboral existe una correlación positiva baja de 0.227 y un nivel de significancia de 0.190, por ello se dice que

no existe una relación significativa entre la dimensión 2 y la variable 2 de los colaboradores de la empresa.

El antecedente es contrario a nuestros resultados, Ancín y Espinosa (2017) determinaron que existe una correlación en su investigación, debido a que la correlación entre la comunicación interna y las metas y objetivos es fuerte, de la misma manera están relacionados con el apoyo a los mecanismos, el liderazgo y recompensas y estructura de apoyo a la gestión, se puede concluir que existe una relación fuerte y positiva entre la comunicación interna y el ambiente de trabajo de las organizaciones Ecuainsctec y Zion.

Según el marco teórico, Guzmán (2012) determina la dimensión 2, como mensaje de un cargo más bajo a un nivel más alto, habitualmente se usa para hacer preguntas, obtener comentarios y hacer propuestas. Además, también puede mejorar la moral y el comportamiento de los empleados, ya que los mensajes continuos por las redes ascendentes se clasifican como mensajes integrados o mensajes manuales. Para la variable 2, Macas (2020) considera que el desempeño toma en cuenta las acciones y la manera como nos conectamos con los demás, además, es relevante evaluar el potencial de cada empleado para desempeñar funciones o tareas en la empresa.

En los resultados de Hipótesis 3, apreciándose que existe una correlación positiva mínima de 0.051 entre la dimensión comunicación horizontal y el desempeño laboral, y un nivel de significancia de 0.771, por ello se afirma que no existe una relación significativa en los colaboradores de la organización.

Este resultado guarda relación con el obtenido Melendez y Vargas (2018) respecto a la correlación entre la edad y la satisfacción laboral, en la investigación elaborada se evidenció en los resultados que no existe relación significativa entre dimensión y variable, tampoco se halló una relación significativa del tiempo de labores en la empresa con la satisfacción laboral, a diferencia de lo que indica Angeles y Miñope (2018), en su investigación se concluyó la correlación positiva moderada entre la dimensión comunicación y la variable satisfacción laboral (0.462) y muestra que los empleados de

Induamerica se sienten satisfechos cuando se comunican bien y sin problemas con sus supervisores directos y colegas.

Al respecto, Fernández y Fernández (2017) indican que existe el mismo nivel de intercambio de información en la comunicación horizontal, lo que significa que el intercambio de información entre colaboradores tiene la misma autoridad dentro de la empresa. Robbins y Coulter (2010) expresan que la variable 2 se basa en las actitudes que desarrollan los trabajadores en la empresa, que expresan lo que piensan a través de su eficacia y asertividad; el trabajo en equipo depende de los recursos que coopera cada colaborador, estos pueden ser las destrezas, capacidades, el conocimiento.

En los resultados de Hipótesis 4, se evidencia que existe una baja correlación mínima de 0.154 entre la dimensión endomarketing y el desempeño laboral, y un nivel de significancia de 0.377, pudiendo afirmar que no existe una relación significativa entre la dimensión y variable 2 de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.

Este resultado se puede comparar con la investigación de Neyra (2020), en esta aplica la prueba de Wilconxon, la cual indica que hay diferencias de medias. Por ende, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa, afirmando que la aplicación de las estrategias de comunicación interna mejora el desempeño laboral de la empresa.

Con respecto al marco teórico, Shum (2019) manifiesta que el endomarketing está comprometido con las estrategias y actividades de los miembros del equipo, siendo un objetivo persuadir a los colaboradores para que se sientan incluidos con la institución, lo que ayudará a generar la estimulación, reforzar la identidad, entre otras. Pedraza et al. (2010) consideran que variable 2 es base para la efectividad y éxito de toda empresa, es por ello el interés de los gerentes reforzar este aspecto, también sostienen que esta puede ser medida por el nivel de participación y las capacidades.

3.3 Aporte práctico

PROPUESTAS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERNA

La Comunicación Interna (CI) de una empresa puede permitir a los empleados comprender el contenido relacionado con la organización, fomentar la participación en la corporación y ayudar a mejorar el desempeño de los colaboradores. Asimismo, logra que la empresa comprenda los problemas y necesidades de los empleados y desarrolle estrategias efectivas para resolver estos problemas.

La crisis demanda una estrategia de comunicación proyectada y profesional. Vivimos en un mundo en constante cambio, por lo que todos los planes deben facilitar cierta flexibilidad para adaptarse a cada situación: durante una pandemia, el papel de la comunicación interna en la organización es crucial, puesto que las empresas han optado por trabajar desde sus casas; de esta manera se ha vuelto fundamental crear un plan de comunicación interna para que no haya ningún inconveniente en el futuro.

Sabemos que los clientes son los más importantes, pero ¿qué pasa con los colaboradores? Si los empleados están orgullosos de pertenecer a la empresa, habrá un grupo de personas que no dudarán en defender y oponerse a las malas referencias. Este orgullo y sentido de pertenencia, se logra mediante la buena ejecución del plan de comunicación interna.

GRUPO ASES

Es una empresa cuya misión es la excelencia: consultoría universitaria y servicios de expertos en diversas carreras profesionales; brindando servicios de calidad a las necesidades de sus clientes. La empresa continúa enfocada en expandir la organización en diferentes regiones del país, ofreciendo servicios de consultoría y asesoría.

- **MISIÓN**

Somos el consorcio de profesionales más grande y diverso del país; asesorando a personas, empresas y gobiernos.

- **VISIÓN**

Al 2023 ser un referente a nivel nacional de asesoría y/o consultoría en proyectos de investigación e inversión con miras a expandirnos en nuevos rubros, alcanzando nuevos paradigmas de desarrollo que impliquen calidad, competitividad, productividad, innovación y liderazgo.

Público Objetivo

El público objetivo es para las diferentes áreas que conforman la empresa: Área de Investigación, Recursos Humanos, Legal, Contabilidad, Logística y Comercial. Asimismo, los accionistas e inversores, mandos directivos, etc. Por eso la audiencia meta de esta propuesta, son la totalidad de miembros que pertenecen e involucran con la empresa Grupo Ases Capital SAC.

Objetivos

- Mejorar las estrategias de Comunicación Interna y herramientas utilizadas por la empresa; las cuales ayudarán a mejorar la imagen corporativa.
- Promover la participación y el sentido de pertenencia de los colaboradores de la empresa.
- Impulsar el desarrollo de los colaboradores personal y profesional.

Estrategias

a. Estrategia 1: Open Office

Las relaciones interpersonales son las interacciones que se da entre una o más personas, por eso relacionarse entre colegas es fundamental para alcanzar los objetivos y metas trazadas de la empresa, ya que de esta manera el desempeño y el ambiente laboral serán buenos para las funciones de cada colaborador.

En esta estrategia se busca involucrar a todos los miembros de la empresa, puesto que, esta estrategia consiste en reunir a todos para realizar diversas actividades integradores entre las diferentes áreas y compartir entre ellos los logros obtenidos y las dificultades que se presentó en el camino.

Acciones:

- La presidenta de la organización será la encargada de saludar y aperturar la actividad.
- Se formarán equipos (5 o 6 miembros) de las diferentes áreas para que dirijan y realicen la actividad asignada.
- Se informará a todos los miembros sobre las metas y los objetivos alcanzados por cada área.
- Los colaboradores darán sus opiniones y/o sugerencias de los talleres o actividades que quisiera que se realicen.

Instrumentos:

Proyector, diapositivas, micrófonos y entre otros.



Foto tomada por las autoras

b. Estrategia 2: Correo corporativo

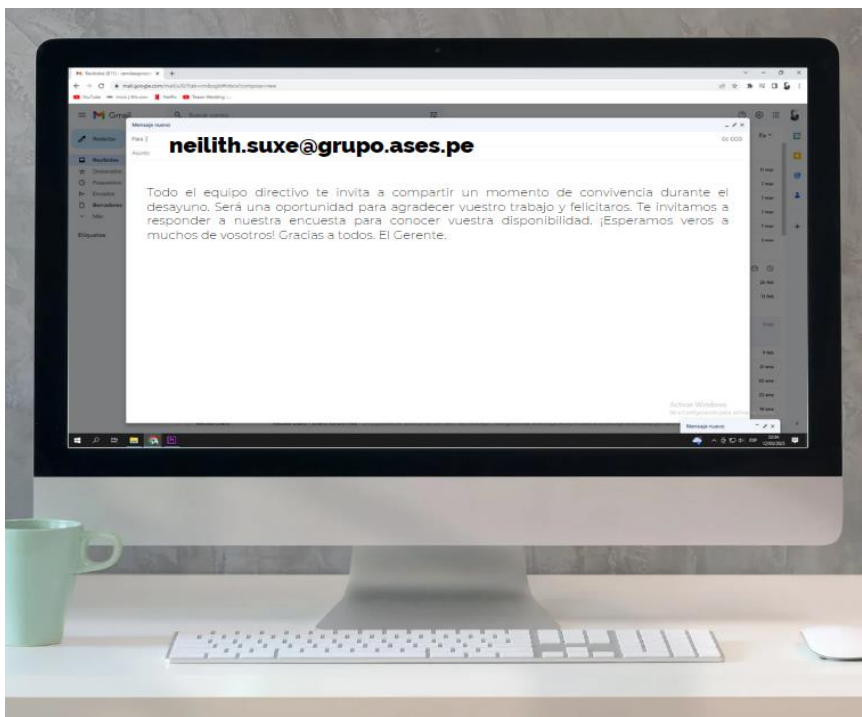
Esta herramienta de comunicación interna es un medio importante para poder comunicar y reportar ciertas actividades. Muchas organizaciones no toman en cuenta el papel importante que juegan los colaboradores y que fortalecer la identidad organizacional es relevante. Cabe mencionar que Grupo Ases no cuenta con un correo corporativo, esto se trata de una dirección de correo, donde se menciona el nombre comercial de la empresa, al contar con este correo electrónico la empresa mejora la imagen, transmitiendo un sentido de pertenencia y responsabilidad.

Acciones:

Existen diversas maneras de crear correos corporativos, los procesos en algunos son más extensos o tiene costos. Lo importante es que hay opciones para que la empresa pueda acceder y obtener este nuevo medio de comunicación.

Instrumentos:

Internet



Hecho por las autoras

c. Estrategia 3: Desarrollo de talleres y capacitaciones

Esta estrategia es una gran oportunidad para demostrar a los colaboradores que la empresa se preocupa por ellos, es un beneficio mutuo, ya que el público interno se desarrolla de manera personal y profesional; eso conlleva a tener un mejor desempeño. Antes de aplicar esta estrategia, se requiere un previo análisis de la situación de la empresa, conocer el perfil de los trabajadores que van a formar parte del proyecto.

La finalidad de los talleres y capacitaciones, es cumplir con los objetivos institucionales trazados, eso ayudará a solucionar todo tipo de problema que ocurra en el ambiente laboral.

Acciones:

- Realizar un cuestionario anónimo, proponiendo temáticas de talleres a tratar, que ayuden a desarrollarse y profesionalmente al colaborador.
- Aplicado el cuestionario, seleccionar los temas, proceder a la investigación y propuestas de dinámicas coherente con el tema.
- Finalmente, crear el contenido a exponer, fijar las fechas, y desarrollar los talleres o capacitaciones junto a los trabajadores.

Posibles temas:

Habilidades Blandas: Se refieren a la capacidad que tiene una persona para interactuar con los demás de forma creativa y constructiva, establecer y alcanzar metas, tomar decisiones independientes, comprendiendo y gestionando las emociones, y afrontando los problemas.

Gestión de procesos y mejora continua: La organización cuenta con procesos operativos. Por lo tanto, capacitar a los empleados para aumentar y mejorar los procesos en diferentes áreas es esencial para cualquier organización que quiera ganar terreno con el tiempo.

Instrumentos:

Cuestionarios, PPT, Zoom, Meet, entre otros.



Hecho por las autoras

d. Estrategia 4: Difundir por los medios de comunicación a los talentos de la organización

El plan de comunicación interna tiene en cuenta la participación del entorno social. Una estrategia bien planteada en las redes sociales ayudará a las personas que forman parte de la organización a convertirse en canales de comunicación, cada vez es más evidente que los trabajadores de una empresa son los mejores embajadores ante la sociedad. Debido a eso se propone que la empresa realice reconocimiento de sus colaboradores en sus distintas plataformas, esta estrategia consiste en presumir a los trabajadores, las publicaciones deben contener información como: nombre, cargo, logros, metas, y una frase con la que se identifica. La empresa cuenta con una revista digital, este medio es una ventana para difundir proyectos o investigaciones de los colaboradores.

Acciones:

- Aprovechar espacios de comunicación con los que cuenta la empresa (redes sociales, página web y revista digital) para difundir a los talentos de la organización.
- Crear una sección “Conoce a nuestro equipo”: Crear post, entrevistas y notas informativas de los colaboradores para Informa (Revista Digital).
- Publicación en los espacios digitales de la empresa, donde se reconozca que los trabajadores son los más valiosos. Por ende, deben creer que son parte del proyecto y parte central de las metas.

Instrumentos:

Ruedas de prensa, encuentros académicos, entrevistas, boletines y medios de comunicación.



GRUPO ases
CONSORCIO DE ASESORES

MARIO PRIETO

Director en Funciones

a fresh bed of crisp romaine lettuce topped with fresh vegetables, walnuts, and a raspberry vinaigrette dressing. a fresh bed of crisp romaine lettuce topped with fresh vegetables, walnuts, and a raspberry vinaigrette dressing. a fresh bed of crisp romaine lettuce topped with fresh vegetables, walnuts, and a raspberry vinaigrette dressing.

- Creativo
- Comunicativo
- Lider

Hecho por las autoras

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

1. En relación a nuestro objetivo general se determinó que el 71.40% de los colaboradores demuestra un nivel moderado en Comunicación Interna junto a un Desempeño Laboral regular. Observándose en los resultados inferenciales una correlación positiva baja entre las variables con un 0.274 y un nivel de significancia de 0.112. Esto quiere decir que los colaboradores mantienen una mediana comunicación interna la cual se ve reflejada en su desempeño.
2. En cuanto al objetivo específico 1, se determinó un nivel moderado en comunicación descendente con un 68.60% junto a un desempeño laboral regular de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC. Asimismo, en la contrastación, se evidenció que no existe una relación significativa entre la dimensión 1 y variable 2, ya que cuenta con una correlación mínima de 0.076 y un nivel de significancia de 0.666. Esto debido a que la comunicación va de manera jerárquica, de un nivel superior a inferior mediante procedimientos, estructuras y políticas.
3. Respecto al objetivo específico 2, se identificó que la comunicación ascendente obtuvo un nivel moderado con un 68.60%, junto a un desempeño laboral regular. De esta manera en los resultados inferenciales se confirmó que existe una correlación positiva baja entre la comunicación ascendente y el desempeño laboral con un 0.227 y un nivel de significancia de 0.190. Para poder mejorar se debe tomar en cuenta la participación de los colaboradores en la toma de decisiones, el reporte de funciones, asimismo sugerencias o reclamos.
4. En referencia al objetivo específico 3, se determinó un nivel moderado en comunicación horizontal con un 71.40% junto a un desempeño laboral regular. Se sostiene en los resultados de hipótesis, se afirma que no existe una relación significativa, puesto que la correlación es mínima (0.051) entre la dimensión 3 y la variable 2, igualmente se

menciona el nivel de significancia de 0.771. Esto quiere decir que es necesario reforzar el trabajo en equipo e incrementar las interacciones entre los departamentos de la institución.

5. En cuanto al objetivo específico 4, se identificó que el 45.70% de los colaboradores indican un nivel moderado en endomarketing junto a un desempeño laboral regular. En los resultados inferenciales se aprecia una correlación mínima de 0.154 entre la dimensión 4 y la variable 2, con un nivel de significancia de 0.377. Mostrándose que si existe una motivación y reconocimiento por parte de la empresa habrá un mayor compromiso por parte de los colaboradores de la empresa Grupo Ases SAC

4.2 Recomendaciones

1. Teniendo en cuenta la investigación se le recomienda a la empresa Grupo Ases SAC, elaborar estrategias comunicacionales que contengan acciones que permitan mejorar los flujos de comunicación interna y fortalecer el desempeño laboral, con la finalidad de reforzar la relación entre los directivos y colaboradores, de esta manera se podrá alcanzar la visión planteada por la organización, además de generar adecuado ambiente laboral respetando los valores institucionales.
2. Se sugiere implementar un Manual corporativo de bienvenida, ya que se convertirá en una herramienta fundamental para todos los miembros. Este documento consiste en brindar una acogedora bienvenida al colaborador, puesto que este manual abarca los elementos primordiales de la institución, la cual incluye información que los trabajadores deben saber sobre su centro de trabajo: Historia, misión, visión, organigrama, política y valores de la corporación, entre otros procedimientos.
3. Dado que en la empresa los colaboradores no cuentan con un correo corporativo, se propone esta opción como nuevo medio de comunicación, para que exista una comunicación más formal, eficaz y ágil entre el equipo de trabajo. Esto genera una mayor identidad con la

organización, por consiguiente, fortalece la marca e imagen empresarial.

4. En el mundo empresarial la formación continua es una ventaja competitiva, te abre el camino y te permite diferenciarte de la competencia, por ese motivo se recomienda el desarrollo de talleres y capacitaciones, aunque es una inversión que debe realizar la empresa, se consideran herramientas efectivas por los beneficios que brindan: aumentan la productividad y la calidad del trabajo, y aumentan la estabilidad y flexibilidad organizacional.
5. Se sugiere que la empresa realice el reconocimiento de sus colaboradores en sus distintas plataformas, como se ha visto últimamente las herramientas tecnológicas son de gran utilidad para cualquier institución, por ello es importante que el público interno esté motivado en desarrollar su trabajo. La difusión de talentos es una manera en que la empresa muestra la importancia y el valor de los colaboradores.

Referencias

- Alles, M. A. (2005). *Desempeño por Competencias evaluación 360°* (p. 176).
<https://www.auditorlider.com/wp-content/uploads/2019/06/Desempeno-por-Competencias-de-360-Martha-Alles.pdf>
- Álvarez-Risco, A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones*.
- Ancín Adell, I., & Espinosa Tello, J. (2017). La Relación entre la Comunicación Interna y el Clima Laboral: Estudio de Caso en PYMES de la Ciudad de Guayaquil. *Podium*, 65–77.
<https://34.223.92.154/index.php/Podium/article/view/79>
- Angeles Rubio, K. I., & Miñope Custodio, J. G. (2018). *Influencia del nivel de Comunicación interna en el nivel de satisfacción de los colaboradores de la empresa INDUAMERICA SAC. en Lamayeque, 2017*. [Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo].
<http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/3424/BC-TES-TMP-2247.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aragadvay, M. (2022). Influencia de la comunicación interna en el desempeño del personal en el Hospital Básico Moderno de Riobamba [Universidad Católica de Santiago de Guayaquil].
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/17744/1/T-UCSG-POS-MGSS-324.pdf>
- Araya-Castillo, L., & Pedreros-Gajardo, M. (2009). Análisis De Las Teorías De Motivación De Contenido: Una Aplicación Al Mercado Laboral de Chile. *Revista de Ciencias Sociales*, 4, 45–61.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15333870004>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica* (6th ed.). Editorial Episteme.
https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION
- Avendaño, M., Balestra, M. P., & Vieira, C. (2020). Diagnóstico de la comunicación interna en el Perú y los retos frente al Covid-19. In *APOYO COMUNICACIÓN* (p. 14). APOYO COMUNICACIÓN.
<http://www.apoyocomunicacion.com/repositorio/2020/Diagnostico-de-la->

- comunicacion-interna-en-el-Peru-y-los-retos-frente-al-COVID-19.pdf
- Beltrán, D., & Téllez, G. (2018). Estudio de percepción del clima organizacional de las empresas tecnificadas de ganadería de leche de la provincia del Tundama, Boyacá, Colombia. *Revista de la facultad de Medicina Veterinaria y de Zootecnia*, 65(1), 48-74. Doi: 10.15446/rfmvz.v65n1.72023
- Brandolini, A., González, M., & Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna*. Editorial DIRCOM. file:///C:/Users/pc/Downloads/978-3-3193-1-10-20190104.pdf
- Caicedo, A. (2018). *Diseño una estrategia de comunicación interna para fortalecer el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa RUBBERCOM de [Pontífica Universidad Católica del Ecuador]*. [http://awsassets.wwfnz.panda.org/downloads/earth_summit_2012_v3.pdf%0Ahttp://hdl.handle.net/10239/131%0Ahttps://www.uam.es/gruposinv/meva/publicaciones_jesus/capitulos_espanyol_jesus/2005_motivacion para el aprendizaje Perspectiva alumnos.pdf%0Ahttps://ww](http://awsassets.wwfnz.panda.org/downloads/earth_summit_2012_v3.pdf%0Ahttp://hdl.handle.net/10239/131%0Ahttps://www.uam.es/gruposinv/meva/publicaciones_jesus/capitulos_espanyol_jesus/2005_motivacion_para_el_aprendizaje_Perspectiva_alumnos.pdf%0Ahttps://ww)
- Castro-Martínez, A., & Díaz-Morilla, P. (2020). Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española. *El Profesional de La Información*, 29(3), 1–14. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.24>
- Chiavenato, I. (2006). Introducción a la Teoría General de la Administración. In *Mc Graw Hill Interamericana* (7th ed.). McGRAW-HILL. <https://naghelsy.files.wordpress.com/2016/02/introduccion3b3n-a-la-teoria3b3n-general-de-la-administracion3b3n-7ma-edicion3b3n-idalberto-chiavenato.pdf>
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones* (10 ed.). McGRAW-HILL. https://www.ingebook.com/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=8104
- Concytec. (2018). Reglamento De Calificación, Clasificación Y Registro De Los Investigadores Del Sistema Nacional De Ciencia, Tecnología E Innovación Tecnológica - Reglamento Renacyt. *Journal of Chemical Information and Modeling*. https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf

- Cornejo, M., & Tapia, M. L. (2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Fundamentos En Humanidades*, XII(24), 219–229.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18426920010%0ACómo>
- Cruz, R. (2019). Comunicación Interna y Desempeño Laboral de la Municipalidad del Centro Poblado de Alto Puno. [Universidad Nacional del Altiplano]. In *Tesis*.
http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/11873/Cruz_Parqui_Ruth_Guisela.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cuenca Fontbona, J., & Verazzi, L. (2018). *Guía fundamental de la comunicación interna*. Editorial UOC.
<https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/105390?page=21>.
- Duarte, L. (2019). *Diagnóstico de la comunicación organizacional interna y su incidencia en el desempeño institucional del GAD Municipal del cantón Salitre* [Universidad de Guayaquil].
[http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/44539/1/Diagnóstico de la comunicación organizacional interna y su incidencia en el desempeño institucional del GAD Municipal del cantón Salitre..pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/44539/1/Diagnóstico%20de%20la%20comunicación%20organizacional%20interna%20y%20su%20incidencia%20en%20el%20desempeño%20institucional%20del%20GAD%20Municipal%20del%20cantón%20Salitre..pdf)
- Egas, E., & Yance, K. (2018). Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. *Revista Espacios*, 39(24), 1–13.
<http://www.revistaespacios.com/a18v39n24/a18v39n24p20.pdf>
- Fernández, C. (2009). La comunicación en las organizaciones. In *Trillas* (2nd ed., Vol. 24, Issue 2). Trillas.
[http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/3223/1/Definición y alcance de la comunicación organizacional.PDF](http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/3223/1/Definición%20y%20alcance%20de%20la%20comunicación%20organizacional.PDF)
- Fernández, E., & Fernández, D. (2017). *Comunicación empresarial y atención al cliente* (2ª edición). Ediciones Paraninfo.
<https://books.google.com.pe/books?id=kAMoDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Franco-López, J., Uribe-Gómez, J. & Agudelo-Vallejo, S. (2021). Factores clave en la evaluación de la productividad: estudio de caso. *Revista CEA*, v. 7, n. 15, e1800. <https://doi.org/10.22430/24223182.1800>
- Garbanzo-Vargas, G. M. (2015). Desarrollo organizacional y los procesos de cambio en las instituciones educativas, un reto de la gestión de la

- educación. *Revista Educación*, 40(1), 67-87.
<https://doi.org/10.15517/revedu.v40i1.22534>
- García Jiménez, J. (2007). *La comunicación Interna*. Díaz de Santos.
https://books.google.com.pe/books?id=KilceG_59dMC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false
- Gil Mena, F. (2020). *Teletrabajo: importancia de la comunicación interna se triplicó desde que trabajamos en casa*. Gestion.
<https://gestion.pe/economia/management-empleo/teletrabajo-trabajo-remoto-teletrabajo-importancia-de-la-comunicacion-interna-se-triplico-desde-que-trabajamos-en-casa-teletrabajo-en-peru-comunicacion-interna-noticia/>
- Gómez, A. y Zapata, L. (2017), El estado de la comunicación institucional interna en las universidades de la comunidad de Madrid: estudio comparativo entre universidades públicas y privadas, obtenido de <http://www.derecom.com/derecom/>
- Grupo ASES CAP.(2020)
http://www.grupoases.pe/?fbclid=IwAR2Z0HOoawBU8SjZok6K_Lc8VOR_hEVGpUeC0TiiM7wbOYgEXHyXNeLAcWI
- Guevara, L., Contreras, A., Guisasola, M., Manucci, M., & López, H. (2006). *Comunicación estratégica para las organizaciones* (p. 368). Ciespal.
<https://docplayer.es/86711496-Comunicacion-estrategica-para-las-organizaciones.html>
- Guzmán Paz, V. (2012). *Comunicación organizacional* (1st ed.). Red Tercer Milenio.
http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/derecho_y_ciencias_sociales/Comunicacion_organizacional.pdf%0Ahttp://www.monografias.com/trabajos86/la-comunicacion-organizacional/la-comunicacion-organizacional.shtml
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6th ed.). McGRAW-HILL. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p.
- Huerta, J. J., & Rodríguez, G. (2006). *Desarrollo de habilidades directas* (1st

- ed.). PEARSON EDUCACIÓN.
file:///C:/Users/paz/Downloads/Huerta_Rodriguez_habilidades_directivas.pdf
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing* (Decimocuar). PEARSON EDUCACIÓN. <http://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- Ladino, P. (2017). *Teorías de la comunicación* (1st ed.). Fundación Universitaria del Área Andina.
[https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1399/Teorías de la comunicación.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1399/Teorias_de_la_comunicacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Macas, H. (2020). La relación entre la comunicación interna y el clima laboral en los docentes de la unidad educativa San Joaquín, de la parroquia Cumbe, en el período 2018. *Ciencia y Educación*, 1(2), 6-17
- Madrigal Torres, B. (2009). *Habilidades Directivas* (2 edición). The McGraw-Hill.
<http://sedboyaca.gov.co/wp-content/uploads/2020/05/habilidades-directivas.pdf>
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados* (5th ed.). PEARSON EDUCACIÓN. <https://doi.org/10.29057/xikua.v3i6.1314>
- Manzano, H. (2017). *La Comunicación Interna y el Desempeño Laboral del Talento Humano de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador Agencias Puno y Juliaca* [Universidad Nacional del Altiplano].
http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4840/Manzano_Chura_Hilda_Beatriz.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Marchiori, M. (2011). Comunicación interna: una visión más amplia en el contexto de las organizaciones. *Ciencias de La Información ISSN:*, 42, 49–54. <https://www.redalyc.org/pdf/1814/181422294008.pdf>
- Marín-Pérez, B. (2019). Convertir a los colaboradores en embajadores de la marca: plan de comunicación interna para la televisión autonómica valenciana À punt. *Profesional de La Información*, 28(5), 1–12.
<https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.15>
- Marin Vilchez, L. J. (2019). *Influencia de la comunicación interna en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Novocentro Universal SAC sede El Tambo-Huancayo* [Universidad Continental].
<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/6960%0Ahttp://r>

- positorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14049
- Melendez Salazar, I., & Vargas Chaupis, S. N. (2018). *Influencia de la comunicación interna en la satisfacción laboral en una empresa consultora* [Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624103/Melendez_SI.pdf?sequence=14&isAllowed=y
- Mestanza, R., & Ubillus, M. (2019). *Comunicación Interna y su relación con la Cultura Organizacional del Instituto Cayetano Heredia*. [Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].
https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2220/1/TL_MestanzaAhumadaRocio_UbillusCarbonelMaria.pdf
- Mohamed, Z. (2018). The determinantes Of Employee Performance in Jordanian Organizations. Saudi Arabia: Al-Qassim University, The Society Faculty Buraydah. <https://dergipark.org.tr/tr/download/articlefile/453563>
- MTPE. (2006). *Registro de asistencia*.
https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/INF_REGISTRO_CONTROL_ASISTENCIA.pdf
- Neyra Taboada, I. L. (2020). *Estrategias de comunicación interna para mejorar el desempeño laboral en la empresa* (Issue 0) [Universidad César Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46924/Neyra_TIL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Observatorio de RRHH. (2019). *La satisfacción laboral en España cae tres puntos en un año y se sitúa por debajo de la media europea*. Observatorio de RRHH. <https://www.observatoriorh.com/orh-posts/la-satisfaccion-laboral-en-espana-cae-tres-puntos-en-un-ano-y-se-situa-por-debajo-de-la-media-europea.html>
- Paradinas Márquez, M. (2019). La comunicación interna como herramienta de prevención y gestión del conflicto en las organizaciones hoteleras. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 24(1), 4157.
<https://www.revistaccinformacion.net/index.php/rcci/article/view/102/67>
- Rabassa Figueras, N., & Gascó Hernández, M. (1999). Marketing Interno Mix : Análisis De La Variable. *Universidad Rovira I Virgili*, 471–478.
https://www.researchgate.net/publication/28255815_Marketing_interno_mix_Analisis_de_la_variable_comunicacion_interna

- Reyes, J. (2012). Las Cuatro Dimensiones de la Comunicación Interna. *Cuadernos Del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 40, 127–138. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi40.1446>
- Rivera, I. (2019). *COMUNICACIÓN INTERNA Y DESEMPEÑO LABORAL DE LOS EMPLEADOS DEL HOSPITAL LA CARLOTA EN MONTEMORELOS* [Universidad de Montemorelos].
[http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/bitstream/handle/20.500.11972/1047/Tesis Iliana Rivera.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/bitstream/handle/20.500.11972/1047/Tesis%20Iliana%20Rivera.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Robbins, S., & Coulter, M. (2010). *Administración* (10th ed., Vol. 0, Issue 12). PEARSON EDUCACIÓN. <http://www.ru.edu.uy/wp-content/uploads/2018/05/Administración-Robbins.pdf>
- Robbins, S., & Judge, T. (2017). *Comportamiento Organizacional* (17th ed.). PEARSON EDUCACIÓN.
[https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS comportamiento-organizacional-17a-ed-_nodrm.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-17a-ed-_nodrm.pdf)
- Roberto, H. S., Carlos, F. C., & Pilar, B. L. (2014). *Metodología de la Investigación*. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Roncal Armas, R. J., & Zelada Vera, J. C. (2017). *La Comunicación Interna y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa GAP de Trujillo en el 2017* [Universidad Privada del Norte].
[https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12268/Roncal Armas Robin Jesep - Zelada Vera Julio Cesar.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12268/Roncal%20Armas%20Robin%20Jesep%20-%20Zelada%20Vera%20Julio%20Cesar.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sanchez Herrera, J. R. (2022). Comunicación interna y clima laboral en los colaboradores de “Mibanco” Chiclayo.
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/10207/Sanchez%20Herrera%20-%20Johan%20Royser.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Shum Xie, Y. M. (2019). *Marketing digital: Navegando en aguas digitales, sumérgete conmigo* (2a.ed.). Ediciones de la U.
<https://books.google.com.pe/books?id=RiwaEAAAQBAJ&pg=PA202&dq=endomarketing&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwilqcPdgcvwAhVtEVkFHcDKDgwQ6AEwA3oECAQQAg#v=onepage&q=endomarketing&f=false>
- Tamayo, S. (2020). Comunicación interna, clima organizacional y satisfacción laboral: una reflexión necesaria Internal. *Folleto Gerenciales*, 3, 208–217.

- <https://folletosgerenciales.mes.gob.cu/index.php/folletosgerenciales/article/view/255/255>
- Toro, F. (2002). *Desempeño y productividad: contribuciones de la psicología ocupacional* (2nd ed.). Cincel.
<http://revista.cincel.com.co/index.php/RPO/article/view/100/99>
- Uhart, A. (2019). *Diagnóstico CI 2019: 8 años de datos en Comunicación interna*. BW Pulso CI. <https://pulso-ci.bwcomunicacion.com/diagnostico-ci-2019-8-anos-de-datos-en-comunicacion-interna/>
- Vallejo, V & Portalanza A. (2017). Importancia de la Gestión del Talento Humano como Estrategia para la Atracción y Retención de Docentes en las Organizaciones Educativas de Ecuador. Universidad Espiritual Santo Ecuador. Artículo científico. PODIUM Edición Especial, abril 2017, pp. 145-168. ISSN: 1390–5473. Disponible en:
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:2CFnd2QV8gJ:revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/download/76/74/+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=pe>
- Vargas, K., & Vivas, Y. (2020). *Propuesta de plan de mejora de la Comunicación Interna para los colaboradores de la clínica ONCORAD – Chiclayo*. [Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].
https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2573/1/TL_VargasParedesKarenFiorella_VivasMerinoYeseniaAlessandra.pdf
- Vivas, A., & Saavedra, P. (2019). Comunicación interna en la calidad de la gestión administrativa Liceo Técnico Amelia Courbis, Talca 2018. *Revista Scientific*, 4(Ed. Esp.), 116-135, e-ISSN: 2542-2987. Recuperado de:
<https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2019.4.E.7.116-135>
- Vizcaya, T., Mujica, M., & Gásperi, R. (2017). La Comunicación interna y el clima organizacional en la gestión de las instituciones sanitarias. *Revista Venezolana De Salud Pública*, 5(1), 39-44. Recuperado a partir de
<https://revistas.uclave.org/index.php/rvsp/article/view/607>

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	JUSTIFICACIÓN	MARCO TEÓRICO	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>¿De qué manera la comunicación interna se relaciona con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>¿De qué manera la comunicación descendente se relaciona con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC?</p> <p>¿De qué manera la comunicación ascendente se relaciona con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar la relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS Determinar la relación entre Comunicación descendente y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC. Identificar la relación entre Comunicación ascendente y el desempeño laboral de los</p>	<p>POR QUÉ Porque es importante saber la relación que existe entre la Comunicación Interna y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa.</p> <p>PARA QUÉ Para saber cómo es el ambiente en donde se encuentran los trabajadores, además para conocer las necesidades que ellos o la empresa puedan tener.</p> <p>A QUIÉNES</p>	<p>COMUNICACIÓN INTERNA</p> <ul style="list-style-type: none"> -Definición -Importancia - Características -Funciones -Dimensiones <p>DESEMPEÑO LABORAL</p> <ul style="list-style-type: none"> -Definición -Importancia - Características -Dimensiones 	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>La comunicación interna se relaciona de manera directa y significativa con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</p> <p>La Comunicación descendente se relaciona de manera directa y significativa con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC La Comunicación ascendente se relaciona de manera directa y significativa</p>	<p>VARIABLE 1.</p> <p>COMUNICACIÓN INTERNA</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Comunicación descendente -Comunicación ascendente -Comunicación horizontal -Endomarketing <p>Fernández y Fernández (2017). Gascó y Rabassa (1999).</p> <p>VARIABLE 2</p> <p>DESEMPEÑO LABORAL</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Productividad -Eficiencia 	<p>MEDIR LA VARIABLE</p> <p>COMUNICACIÓN INTERNA</p> <ul style="list-style-type: none"> -Documentos Administrativos - Estructura orgánica, Políticas y Procedimientos - Retroalimentación e información ideológica -Participación en toma de decisiones - Reporte de Funciones. -Reporte de quejas y sugerencias -Memorándum o Cartas -Interacciones entre áreas de trabajo -Trabajo en equipo 	<p>DESCRIPTIVA - CORRELACIONAL</p> <p>Será una investigación descriptiva - correlacional, puesto que, queremos determinar la relación entre ambas variables en estudio, la comunicación interna y el desempeño laboral.</p>	<p>TÉCNICA:</p> <p>Encuesta Con la ayuda de esta técnica, se podrá recolectar información a través de varias preguntas que se les plantearán a los colaboradores.</p> <p>INSTRUMENTO :</p> <p>Cuestionario El cuestionario es el instrumento, que consiste en una serie de preguntas estructuradas, por lo que sus respuestas pueden proporcionarnos toda la información</p>

<p>Ases Capital S.A.C? ¿De qué manera la comunicación horizontal se relaciona con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital S.A.C?</p> <p>¿De qué manera el endomarketing se relaciona con en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital S.A.C?</p>	<p>colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital S.A.C.</p> <p>Determinar la relación entre Comunicación horizontal y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital S.A.C.</p> <p>Identificar la relación del endomarketing en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.</p>	<p>BENEFICIA Beneficia a los usuarios, trabajadores y empresa, ya que es necesario que la institución mantenga un óptimo ambiente organizacional, a la vez mantenga motivado a sus empleados y satisfechos a sus usuarios.</p> <p>A QUÉ BENEFICIA Beneficia a poder optimizar el ambiente laboral de los colaboradores, para un mejor desempeño.</p>		<p>con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC La Comunicación ascendente se relaciona de manera directa y significativa con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC. El endomarketing se relaciona de manera directa y significativa con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC.</p>	<p>-Habilidades de organización -Aprendizaje y desarrollo -Relaciones Interpersonales -Asistencia</p> <p>Grupo Ases (2021).</p>	<p>-Motivación -Reconocimiento -Compromiso</p> <p>DESEMPEÑO LABORAL</p> <p>-Esfuerzo -Iniciativa -Logro de metas -Mejoramiento continuo -Innovación -Toma de decisiones -Planificación -Prioridad -Investigación -Adaptación -Capacitaciones -Desarrollo de habilidades -Participación -Manejo de conflicto -Respeto -Puntualidad -Permisos -Marcador</p>		<p>necesaria.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------

Anexo 2

Operacionalización de variable 1: Comunicación Interna

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Nivel / Rango
Comunicación Interna	Comunicación Descendente	-Documentos Administrativos	1	Escala Ordinal (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Alta (68 - 90) Moderada (43 - 67) Baja (18 - 42)
		-Estructura orgánica, Políticas y Procedimientos	2,3,4		
		-Retroalimentación y filosofía institucional	5,6,7,8		
	Comunicación Ascendente	-Participación en toma de decisiones	9		
		-Reporte de Funciones.	10		
		-Reporte de quejas y sugerencias	11, 12		
	Comunicación Horizontal	-Memorándum o Cartas	13		
		-Interacciones entre áreas de trabajo	14		
		-Trabajo en equipo	15		
	Endomarketing	-Motivación	16		
		-Reconocimiento	17		
		-Compromiso	18		

Nota: Tomado de Cruz (2019) y Gascó y Rabassa (1999) - adaptado por Espinoza y Suxe (2021).

Operacionalización de variable 2: Desempeño Laboral

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Nivel / Rango
Desempeño Laboral	Productividad	-Esfuerzo	1	Escala Ordinal (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre.	Eficiente (68 - 90) Regular (43 - 67) Deficiente (18 - 42)
		-Iniciativa	2		
		-Logro de temas	3		
	Eficiencia	-Mejoramiento continuo	4		
		-Innovación	5		
		-Toma de decisiones	6		
	Habilidades de organización	-Planificación	7		
		-Prioridad	8		
		-Investigación	9		
	Aprendizaje y desarrollo	-Adaptación	10		
		-Capacitaciones	11		
		- Desarrollo de habilidades	12		
	Relaciones Interpersonales	-Participación	13		
		-Manejo de conflicto	14		

		-Respeto	15		
	Asistencia	-Puntualidad	16		
		-Permisos	17		
		-Marcador	18		

Nota: Tomado de Grupo Ases (2021), y adaptado por Espinoza y Suxe (2021).

Anexo 3

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
RESOLUCIÓN N° 0610-2021/FDH-USS**

Pimentel, 10 de junio del 2021

VISTO:

El oficio N° 0056-2021/FH-DCC-USS de fecha 03 de junio del 2021, presentado por la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, donde solicita se emita la resolución de aprobación de los **Proyectos de Investigación (tesis)**; Y;

CONSIDERANDO:

Que, la Constitución Política del Perú en su Artículo 18° establece que: *“La educación universitaria tiene como fines la formación profesional, la difusión cultural, la creación intelectual y artística y la investigación científica y tecnológica (...) Cada universidad es autónoma en su régimen normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico. Las universidades se rigen por sus propios estatutos en el marco de la Constitución y de las leyes.”*

Que, acorde con lo establecido en el Artículo 8° de la Ley Universitaria, Ley N° 30220, *“La autonomía inherente a las Universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente ley demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes: normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico”*. La Universidad Señor de Sipán desarrolla sus actividades dentro de su autonomía prevista en la Constitución Política del Estado y la Ley Universitaria N° 30220.

Que, acorde con lo establecido en la Ley Universitaria N°30220; indica:

- Artículo N° 6°: Fines de la Universidad, Inciso 6.5) *“Realizar y promover la investigación científica, tecnológica y humanística la creación intelectual y artística”*.

Que, el Reglamento de Investigación de la USS Versión 7, aprobado con Resolución de Directorio N°0199-2019/PD-USS, señala:

- Artículo 36°: *“El comité de investigación de la Escuela Profesional aprueba el tema del proyecto de Investigación y del trabajo de investigación acorde a las líneas de investigación institucional”*.

Que, Reglamento de Grados y Títulos Versión 07 aprobado con resolución de directorio N° 086-2020/PD-USS, señala:

- Artículo 21°: *“Los temas de trabajo de investigación, trabajo académico y tesis son aprobados por el Comité de Investigación y derivados a la facultad o Escuela de Posgrado, según corresponda, para la emisión de la resolución respectiva. El periodo de vigencia de los mismos será de dos años, a partir de su aprobación (...)*
- Artículo 24°: *“La tesis, es un estudio que debe denotar rigurosidad metodológica, originalidad, relevancia social, utilidad teórica y/o práctica en el ámbito de la escuela académico profesional (...)*”
- Artículo 25°: *“El tema debe responder a alguna de las líneas de investigación institucionales de la USS S.A.C.”*

Que, visto el oficio N° 0056-2021/FH-DCC-USS de fecha 03 de junio del 2021, presentado por la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, donde solicita se emita la resolución de aprobación de los proyectos de Investigación (Tesis), quienes cumplen con los requisitos, por lo que se debe proceder a su inscripción respectiva, con fines de sustentación.

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR los **PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN (TESIS)** de los estudiantes descritos en la lista que forma parte de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: ADJUNTAR a la presente resolución los anexos, que contienen los proyectos de investigación realizados por los estudiantes (16 temas).

ARTÍCULO TERCERO: DEJAR SIN EFECTO toda resolución que se oponga la presente.

ARTÍCULO CUARTO: DISPONER que las áreas competentes tomen conocimiento de la presente resolución con la finalidad de dar las facilidades para la ejecución de la presente Investigación.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE

Mg. Cabrera Leonardini Daniel Guillermo
Decano Facultad de Derecho y Humanidades

Mg. Delgado Vega Paula Elena
Secretaria Académica Facultad de Derecho y Humanidades

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel

Cajamarca, Perú

Anexo 4

CUESTIONARIO DE COMUNICACIÓN INTERNA

Estimados trabajadores de la empresa Grupo Ases. A continuación, encontrará preguntas relacionadas a la Comunicación Interna. Las respuestas son reservadas, puede responder con total honestidad y sinceridad. Se agradece anticipadamente su colaboración.

Instrucciones: Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un (X) la respuesta que usted crea conveniente.

Escala: (1) Nunca; (2) Casi nunca; (3) A veces; (4) Casi siempre; (5) Siempre

Nro	Ítem	Escala Likert				
		1	2	3	4	5
COMUNICACIÓN DESCENDENTE						
1	¿El Gerente le comparte los documentos administrativos?					
2	¿Recibió inducción para conocer la estructura orgánica de la institución?					
3	¿Se le ha informado claramente sobre las políticas y lineamientos institucionales?					
4	¿Tiene claro los procedimientos administrativos realizados dentro de la institución?					
5	¿La institución realiza capacitaciones o charlas en su área de trabajo?					
6	¿Cuándo concluye la jornada laboral, puede saber si terminó satisfactoriamente con sus tareas?					
7	¿El Gerente realiza visitas constantes a cada una de las áreas en busca de sugerencias o comentarios eventuales de parte de los miembros de la empresa?					
8	¿La empresa tiene publicada la visión, misión y valores?					
COMUNICACIÓN ASCENDENTE						
9	¿Toman en cuenta su participación en la toma de decisiones?					
10	¿Realiza informes de sus funciones de manera temporal?					
11	¿Realiza sugerencias, escritas o verbales, para mejorar su área de trabajo?					

12	¿Realiza quejas o reclamos, escritas o verbales, sobre el área de trabajo?						
COMUNICACIÓN HORIZONTAL							
13	¿La comunicación entre áreas es mediante memorándum o cartas para realizar actividades conjuntas?						
14	¿Existe comunicación constante y abierta con otras áreas de trabajo para el desarrollo de sus actividades?						
15	¿Se realizan grupos de trabajo entre áreas para el cumplimiento de metas?						
ENDOMARKETING							
16	¿Las tareas que realizas te motivan y te permiten desarrollarte profesionalmente?						
17	¿Considera que el reconocimiento es un incentivo para un mejor rendimiento?						
18	¿La empresa está comprometida en su crecimiento profesional y personal?						

CUESTIONARIO DE DESEMPEÑO LABORAL

A continuación, encontrará preguntas sobre el desempeño laboral relacionadas con las características del entorno laboral en el que se encuentra. Todos tienen cinco opciones para responder según la respuesta que mejor describa su ambiente de trabajo. Gracias por sus respuestas y puede contar con que todas las respuestas que nos brinde serán completamente confidenciales.

Instrucciones: Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un (X) la respuesta que usted crea conveniente.

Escala: (1) Nunca; (2) Casi nunca; (3) A veces; (4) Casi siempre; (5) Siempre.

Nro.	Ítem	Escala				
		1	2	3	4	5
Productividad						
1	¿Considera que la tecnología ayuda a incrementar su productividad para un mejor desempeño?					
2	¿Cuándo termina con el trabajo asignado, comienza nuevas tareas sin que se lo pidan?					
3	¿Considera que su productividad ayuda al logro de las metas?					
Eficiencia						
4	¿Demuestra compromiso para el mejoramiento continuo de la empresa?					
5	¿Innova y busca recursos para facilitar el trabajo?					
6	¿Considera que la toma de decisiones favorece la eficiencia en el desempeño laboral?					
Habilidades de organización						
7	¿Planifica un plan de acción (horario) en función a sus horas de trabajo?					
8	¿Dedica tiempo a definir la prioridad que asignará a cada actividad antes de ponerse en marcha?					
9	¿Investiga y obtiene información para sustentar sus ideas?					

Aprendizaje y desarrollo					
10	¿Se adapta con facilidad a los cambios que se presentan en la empresa?				
11	¿Considera que las capacitaciones aportan en el aprendizaje continuo para un mejor desempeño laboral?				
12	¿Considera que para el desarrollo de habilidades, es necesario que la empresa brinde talleres mensualmente?				
Relaciones Interpersonales					
13	¿Participa activamente y contribuye como miembro activo en el equipo de trabajo?				
14	¿Brinda soluciones cuando se presenta algún conflicto en el trabajo?				
15	¿Considera que el respeto es un valor fundamental para mejorar las relaciones interpersonales?				
Asistencia					
16	¿Considera que sus compañeros son puntuales al ingresar a su centro de trabajo?				
17	¿Sigue el proceso cuando requiere de un permiso especial?				
18	¿Cumple con marcar su horario de entrada y salida?				

Anexo 5

Validadores de los instrumentos

Validadores	Puntaje	Escala
Dra. María De Los Ángeles Sánchez Quezada.	100%	Muy alta
Lic. Diana Beatriz Contreras Arancibia.	93%	Muy alta
Lic. Ricardo Enrique Torres Ledesma.	83%	Muy alta
Lic. Gisella Annie Cajo Saavedra.	95%	Muy alta

Nota: Tomado de la ficha de validación

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: María de los Angeles Sánchez Quezada.

Centro laboral: Universidad Católica de Trujillo

Título profesional: Licenciada en Periodismo

Grado: Maestra. Mención: Relaciones Públicas e Imagen Corporativa

Institución donde lo obtuvo: Universidad César Vallejo

Otros estudios: Doctorado en Comunicación Social

2. Instrucciones

Estimado(a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tienes que evaluar con criterio ético y estrictez científica, la validez del instrumento propuesto (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa(x) una de las categorías contempladas en el cuadro:

1: Inferior al básico 2: Básico 3: Intermedio 4: Sobresaliente 5: Muy sobresaliente

3. Juicio de experto

INDICADORES	CATEGORÍA				
	1	2	3	4	5
1. Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico de forma (visión general)					x
2. Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general)					x
3. El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general)					x
4. Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión)					x
5. Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables(coherencia)					x
6. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia)					x
7. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido					x
8. Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)					x
9. Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular(orden)					x
10. Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad(extensión)					x
11. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado(inocuidad)					x
12. Calidad en la redacción de los ítems (visión general)					x
13. Grado de objetividad del instrumento (visión general)					x
14. Grado de relevancia del instrumento (visión general)					x
15. Estructura técnica básica del instrumento (organización)					x
Puntaje parcial					75
Puntaje total	75				

Nota: Índice de validación del juicio de experto (IVJE) = [puntaje obtenido/ 75] x 100= 100%

4. Escala de validación

Muy baja	Baja	Regular	Alta	Muy Alta
00-20 %	21-40 %	41-60 %	61-80%	81-100%
El instrumento de investigación está observado			El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación	El instrumento de investigación está apto para su aplicación
Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez				

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado):

El instrumento de investigación está apto para su aplicación

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, **María de los Angeles Sánchez Quezada** identificado con **DNI. N° 18131566** certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por las tesis: Camila Espinoza Carbajal y Neilith Liceli Suxe Mendoza, en la investigación denominada: "Comunicación Interna y Desempeño Laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC".



.....
María de los Angeles Sánchez Quezada

DNI. N° 18131566

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Diana Beatriz Contreras Arancibia

Centro laboral: Jurado Nacional de Elecciones

Título profesional: Licenciada en Ciencia de la Comunicación

Grado: Licenciada Mención:

Institución donde lo obtuvo: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo

Otros estudios.

2. Instrucciones

Estimado(a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tienes que evaluar con criterio ético y estrictez científica, la validez del instrumento propuesto (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa(x) una de las categorías contempladas en el cuadro:

1: Inferior al básico 2: Básico 3: Intermedio 4: Sobresaliente 5: Muy sobresaliente

3. Juicio de experto

INDICADORES	CATEGORÍA				
	1	2	3	4	5
1. Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico de forma (visión general)				x	
2. Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general)					x
3. El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general)					x
4. Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión)					x
5. Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables(coherencia)					x
6. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia)					x
7. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido				x	
8. Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)				x	
9. Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular(orden)					x
10. Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad(extensión)					x
11. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado(inocuidad)				x	
12. Calidad en la redacción de los ítems (visión general)				x	
13. Grado de objetividad del instrumento (visión general)					x
14. Grado de relevancia del instrumento (visión general)					x
15. Estructura técnica básica del instrumento (organización)					x
Puntaje parcial				20	50
Puntaje total	70				

Nota: Índice de validación del juicio de experto (IVJE) = [puntaje obtenido / 75] x 100= 93%

4. Escala de validación

Muy baja	Baja	Regular	Alta	Muy Alta
00-20 %	21-40 %	41-60 %	61-80%	81-100%
El instrumento de investigación está observado			El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación	El instrumento de investigación está apto para su aplicación
Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez				

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado):

Muy interesante sus propuestas.

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, Diana Beatriz Contreras Arancibia identificado con DNI. N° 45020207 certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por las tesis: Camila Espinoza Carbajal y Neilith Liceli Suxe Mendoza, en la investigación denominada: "Comunicación Interna y Desempeño Laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC".

.....
Diana Beatriz Contreras Arancibia

DNI N° 45020207

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Ricardo Enrique Torres Ledesma

Centro laboral: Royal Prestige SAC.

Título profesional: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Grado: Licenciado Mención: Ciencias de la comunicación

Institución donde lo obtuvo: Universidad Cesar Vallejo

Otros estudios: Maestría en Gestión Pública (En curso)

2. Instrucciones

Estimado(a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tienes que evaluar con criterio ético y estrictez científica, la validez del instrumento propuesto (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa(x) una de las categorías contempladas en el cuadro:

1: Inferior al básico 2: Básico 3: Intermedio 4: Sobresaliente 5: Muy sobresaliente

3. Juicio de experto

INDICADORES	CATEGORÍA				
	1	2	3	4	5
16. Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico de forma (visión general)				x	
17. Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general)				x	
18. El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general)				x	
19. Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión)					x
20. Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables(coherencia)					x
21. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia)				x	
22. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido				x	
23. Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)				x	
24. Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular(orden)				x	
25. Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad(extensión)				x	
26. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado(inocuidad)				x	
27. Calidad en la redacción de los ítems (visión general)				x	
28. Grado de objetividad del instrumento (visión general)				x	
29. Grado de relevancia del instrumento (visión general)				x	
30. Estructura técnica básica del instrumento (organización)				x	
Puntaje parcial				52	10
Puntaje total	62				

Nota: Índice de validación del juicio de experto (IVJE) = [puntaje obtenido / 75] x 100= 83%

4. Escala de validación

Muy baja	Baja	Regular	Alta	Muy Alta
00-20 %	21-40 %	41-60 %	61-80%	81-100%
El instrumento de investigación está observado			El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación	El instrumento de investigación está apto para su aplicación
Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez				

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado):

Tienen que corregir algunos errores de ortografía.

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, Torres Ledesma Ricardo Enrique identificado con DNI. N°16757848 certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por las tesis: Camila Espinoza Carbajal y Neilith Liceli Suxe Mendoza, en la investigación denominada: "Comunicación Interna y Desempeño Laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC".

.....
Torres Ledesma Ricardo Enrique

DNI N°16757848

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Gisella Annie Cajo Saavedra.

Centro laboral: Jurado Nacional de Elecciones

Título profesional: Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Grado: Licenciada Mención:

Institución donde lo obtuvo: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo

Otros estudios:

2. Instrucciones

Estimada especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tienes que evaluar con criterio ético y estrictez científica, la validez del instrumento propuesto (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa(x) una de las categorías contempladas en el cuadro:

1: Inferior al básico 2: Básico 3: Intermedio 4: Sobresaliente 5: Muy sobresaliente

3. Juicio de experto

INDICADORES	CATEGORÍA				
	1	2	3	4	5
31. Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico de forma (visión general)					x
32. Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general)					x
33. El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general)					x
34. Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión)					x
35. Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables(coherencia)				x	
36. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia)				x	
37. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido					x
38. Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)					x
39. Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular(orden)				x	
40. Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad(extensión)					x
41. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado(inocuidad)					x
42. Calidad en la redacción de los ítems (visión general)					x
43. Grado de objetividad del instrumento (visión general)				x	
44. Grado de relevancia del instrumento (visión general)					x
45. Estructura técnica básica del instrumento (organización)					x
Puntaje parcial				16	55
Puntaje total	71				

Nota: Índice de validación del juicio de experto (IVJE) = [puntaje obtenido / 75] x 100= 95%

4. Escala de validación

Muy baja	Baja	Regular	Alta	Muy Alta
00-20 %	21-40 %	41-60 %	61-80%	81-100%
El instrumento de investigación está observado			El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación	El instrumento de investigación está apto para su aplicación
Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez				

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado):

Los ítems propuestos van de acuerdo con su investigación.

6. Constancia de Juicio de experto

La que suscribe, Gisella Annie Cajo Saavedra identificada con DNI. N. ° 44045364 certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por las tesis: Camila Espinoza Carbajal y Neilith Liceli Suxe Mendoza, en la investigación denominada: "Comunicación Interna y Desempeño Laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Ases Capital SAC".



.....
Gisella Annie Cajo Saavedra

DNI N° 44045364

Anexo 6

Escala para interpretar resultados de la confiabilidad

Rango	Nivel
De 0,81 a 1,00	Confiabilidad muy alta
De 0,61 a 0,80	Confiabilidad alta
De 0,41 a 0,60	Confiabilidad media
De 0,21 a 0,40	Confiabilidad baja
De 0,01 a 0,20	Confiabilidad muy baja

Anexo 7

Confiabilidad de Comunicación interna

Alfa de Cronbach	N de elementos
,810	18

Anexo 8

Confiabilidad de Desempeño laboral

Alfa de Cronbach	N de elementos
,888	18

Anexo 9

Escala de interpretación para la correlación Spearman

Valor Rho-Spearman	Interpretación
1	Correlación positiva perfecta
0,8 - 0,99	Correlación positiva muy Alta
0,6 - 0,79	Correlación positiva alta
0,4 - 0,59	Correlación positiva moderada
0,2 - 0,39	Correlación positiva baja
0,01 - 0,19	Correlación mínima
0	No existe correlación
-0,01 - -0,19	Correlación mínima inversa
-0,2 - -0,39	Correlación inversa baja
-0,4 - -0,59	Correlación inversa moderada
-0,6 - -0,79	Correlación inversa alta
-0,8 - -0,99	Correlación inversa muy alta
-1	Correlación inversa perfecta

Fuente: Adaptado de Best, J, Como investigar en Educación (1983)

Anexo 10

Base de datos

1	2	2	3	4	3	3	4	3	3	2	3	2	4	2	4	5	3
3	5	4	4	5	3	3	2	4	1	1	1	2	2	3	5	5	3
1	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3	1	1	2	2	4	4	4
2	3	4	2	4	2	4	5	4	3	4	2	1	4	4	4	5	3
2	3	3	4	4	3	4	5	3	5	3	2	2	3	3	5	5	3
1	3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	3	3	3	3	4	5	3
3	5	5	1	3	3	3	5	3	4	3	2	4	3	4	5	4	3
2	1	2	3	4	2	4	5	4	5	3	1	1	4	4	5	5	2
1	4	3	3	3	3	3	3	3	5	2	3	2	4	4	4	5	3
3	3	4	2	4	2	3	5	2	5	2	2	3	2	3	5	5	4
1	2	1	1	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2
3	3	3	3	2	3	2	5	2	5	2	3	2	4	4	4	3	4
2	4	2	2	4	5	4	5	3	5	2	3	3	3	5	5	5	3
1	3	2	3	2	2	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	5	4
1	3	2	3	2	2	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	5	4
2	3	3	4	3	3	3	5	3	3	3	1	1	3	4	5	4	3
3	4	2	4	3	3	3	5	3	5	2	1	4	4	3	4	5	4
2	3	3	2	4	2	2	5	3	5	2	1	1	5	4	5	4	3
1	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	3	1	2	3	3	5	2
3	5	3	4	4	3	4	5	4	5	2	3	4	3	3	5	5	4
4	4	5	3	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5	4	4	5	4
3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3	2	3	4	3	4	5	4
2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3
3	2	3	3	3	4	2	3	3	5	3	2	3	4	4	5	5	3
1	5	4	4	3	3	4	5	4	5	4	3	4	3	4	5	5	4
2	4	2	4	4	4	5	5	2	5	3	2	3	4	4	4	4	4
2	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	3
2	4	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	4	3	4	4	4
3	2	4	4	3	3	4	2	3	5	4	3	4	3	3	4	5	4
1	4	4	2	4	4	3	5	2	4	3	1	4	4	4	5	5	3
3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	2	2	3	3	3	4	5	4
3	3	3	4	4	4	4	5	2	5	4	2	4	4	4	5	5	3
3	2	4	4	4	4	2	5	3	5	3	2	4	5	3	4	5	4
1	3	4	4	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4
2	3	4	3	2	3	3	5	3	3	2	1	3	4	4	4	5	3

Anexo 11

Base de datos

5	3	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4
5	3	3	4	3	3	3	3	4	4	5	3	3	3	5	3	3	4
4	4	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	3	3	5	3	4	5
5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4
4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3
4	3	4	4	3	3	3	2	4	3	5	4	3	3	5	3	3	4
3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	5	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	5	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	5	4	4	2	5	3	4	3
3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5
4	2	3	3	2	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	3	3	4
4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	5	3	3	2	5	4	4	4
4	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	4	3	4	5	4	4	2
5	3	3	4	2	3	3	2	4	2	5	3	4	4	4	3	4	4
4	4	4	5	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	5	2	4	3
4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	5	4	3	4
3	4	3	3	2	4	2	3	4	3	4	4	5	3	5	4	4	4
4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	3
4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	5	3	3	4
3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
3	2	3	4	3	4	4	4	3	5	5	3	4	4	5	4	3	4
4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4
4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	2	3	4	3	3	4
3	4	3	5	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	5	4	4	3
5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4
4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	5	4	3	3	5	3	4	4
4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	5	3	4	3
4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4
5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3
4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	5	4	4	3	5	3	4	4
4	2	4	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	3	2	5	3	3	3

Anexo 12

Solicitud para recolectar datos

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia

Pimentel, mayo 2021

Señor (a)
Ing. Frank Anderson
Calisaya López
Gerente general
GRUPO ASES CAPITAL SAC
Chiclayo.-

Asunto. Solicito permiso para recolección de
información para Tesis

De mi especial consideración:

Es grato dirigirme a usted para expresarle un saludo institucional a nombre de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Humanidades de la Universidad Señor de Sipán, asimismo teniendo presente su alto espíritu de colaboración, le solicito gentilmente autorice el ingreso del (los) estudiante (s) del X ciclo, Espinoza Carbajal Camila y Suxe Mendoza Neilith Liceli, para que pueda realizar la recolección de datos en su institución, lugar donde se realizará el estudio de investigación denominada “COMUNICACIÓN INTERNA Y EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA GRUPO ASES CAPITAL SAC”

De considerar aceptada la presente solicitud, se le solicita las facilidades para la aplicación del instrumento, en horarios coordinados con su despacho.

Agradeciéndole por anticipado la atención que brinde a la presente petición, me despido de usted.

Atentamente



Mg. Daniel Guillermo Cabrera Leonardini
Decano de la Facultad de Derecho y Humanidades
Universidad Señor de Sipán

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú