

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

**“COMUNICACIÓN INTERNA EN LOS COLABORADORES DE LA
INMOBILIARIA INVERSIONES DE AMÉRICA DE SUR S.A.C.,
HUARAL - 2022”**

Presentado por:

HUAMAN TRUJILLO MILAGROS NICOL

VILLANUEVA RAMÍREZ MARCOS WALDIR

Asesor:

M(a). TOLEDO TOLEDO CRISTINA JOHANNA

Para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Ciencias de la Comunicación

Huacho – Perú

2023

"COMUNICACIÓN INTERNA EN LOS COLABORADORES DE LA INMOBILIARIA INVERSIONES DE AMÉRICA DE SUR S.A.C., HUARAL - 2022"

INFORME DE ORIGINALIDAD

17%

INDICE DE SIMILITUD

17%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	7%
2	Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion Trabajo del estudiante	3%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
5	revistas.uees.edu.ec Fuente de Internet	1%
6	red.uao.edu.co Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
8	www.slideshare.net Fuente de Internet	1%

**“COMUNICACIÓN INTERNA EN LOS COLABORADORES DE LA
INMOBILIARIA INVERSIONES DE AMÉRICA DE SUR S.A.C.,
HUARAL - 2022”**

Línea de Investigación: Ciencias Sociales, Interdisciplinariedad.

HUAMAN TRUJILLO MILAGROS NICOL

VILLANUEVA RAMÍREZ MARCOS WALDIR

TESIS DE PREGRADO

ASESOR: M(a). TOLEDO TOLEDO CRISTINA JOHANNA

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZCARRIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
HUACHO
2023**

M(a). TOLEDO TOLEDO CRISTINA JOHANNA

ASESOR

Dr. MARCELO CASTILLO HENRY WILLIAM

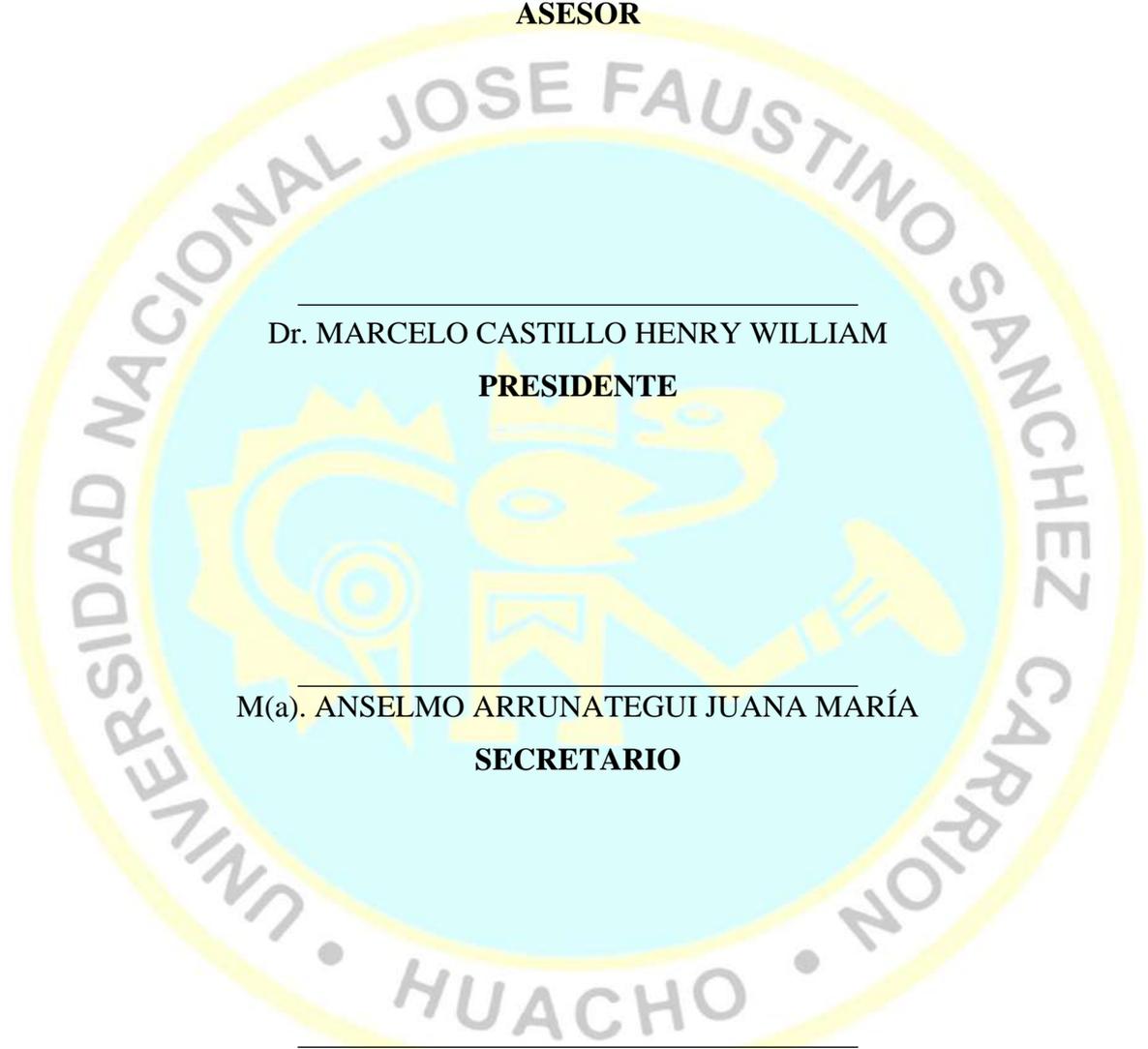
PRESIDENTE

M(a). ANSELMO ARRUNATEGUI JUANA MARÍA

SECRETARIO

M(o). PAREDES JIMÉNEZ HEMERSON ROSTAY

VOCAL



DEDICATORIA

A quienes más amo en la vida, mis padres, por ser mi más claro ejemplo de trabajo fuerte y perseverancia, por todas las veces que sentía que no podía y estuvieron alentándome a continuar con mis metas. Los dos amores de mi vida, mis hermanas, quienes son el motivo porque siempre busco hacer bien las cosas y ser el mejor ejemplo para ellas. A Ringo, mi mascota fiel.

Mi familia, a mis amigos, mi compañero de vida, quienes son las personas que calman la intensidad de la lluvia y celebran a mi lado el arcoíris.

No podría olvidarme de mis angelitos, estoy segura de que están juntos y festejando este paso importante para mí.

Gracias a todos por ser parte del proceso, les entrego mi corazón y lealtad por siempre.

Milagros Nicol Huaman Trujillo

A mi familia que ha sido y será ese motor que tengo siempre presente para continuar, ver el esfuerzo de mis padres y el ímpetu que tienen mis hermanos para lograr sus metas, están guardados en mi corazón y son ellos los que han estado apoyándome siempre, este logro no es solo el mío. Pero en especial quiero dedicar todo esto a mi padre que hoy desde donde esté tengo la convicción que logra apreciar este gran paso por el cual ambos añoramos.

Marcos Waldir Villanueva Ramírez



AGRADECIMIENTO

Queremos iniciar agradeciendo a Dios por brindarnos salud y la oportunidad de llegar a este punto del camino donde se ve reflejado años de esfuerzo.

Se dice que el conocimiento es el mejor antídoto para el miedo, agradecer a todo aquel que aportó experiencias y vivencias a lo largo de nuestro camino universitario, estamos agradecidos con los maestros, personal administrativo y compañeros de esta prestigiosa universidad, que nos apoyaron para salir adelante y romper todos esos paradigmas negativos que muchas veces se crea en cada persona.

Agradecer a nuestra asesora la M(a). Cristina Toledo que nos sonrió desde el primer día al saber que sería parte de este proceso importante en nuestro desarrollo profesional.

A quienes, de forma incondicional siempre están presentes, nuestras familias.

Milagros Nicol Huaman Trujillo

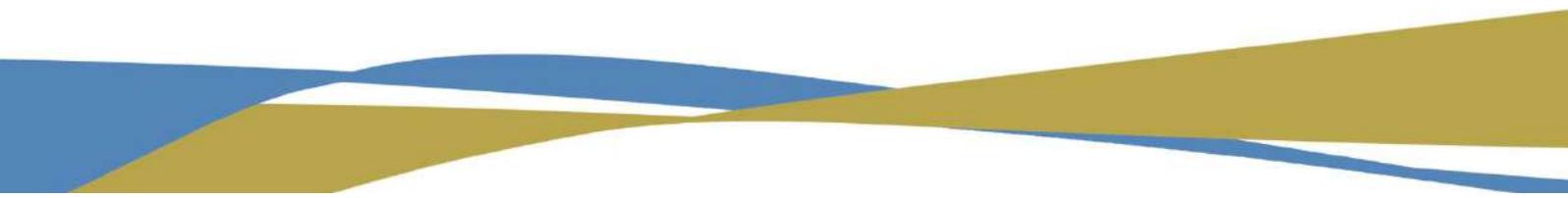
Marcos Waldir Villanueva Ramírez

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	vi
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	14
Capítulo I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	15
1.2 Formulación del problema.....	16
1.2.1 Problema general.....	16
1.2.2 Problemas específicos.....	17
1.3 Objetivos de la investigación.....	17
1.3.1 Objetivo general.....	17
1.3.2 Objetivos específicos.....	17
1.4 Justificación de la investigación.....	17
1.5 Delimitaciones del estudio.....	18
1.6 Viabilidad del estudio.....	18
Capítulo II: MARCO TEÓRICO.....	19
2.1 Antecedentes de la investigación.....	19
2.1.1 Investigaciones internacionales.....	19
2.1.2 Investigaciones nacionales.....	20
2.2 Bases teóricas.....	21
2.3 Bases filosóficas.....	23
2.4 Definición de términos básicos.....	24
2.5 Hipótesis de investigación.....	26
2.5.1 Hipótesis general.....	26

2.5.2 Hipótesis específicas.....	27
2.6 Operacionalización de las variables	28
Capítulo III: METODOLOGÍA.....	29
3.1 Diseño metodológico.....	29
3.1.1 Tipo de investigación.....	29
3.1.2 Nivel de investigación	29
3.1.3 Diseño de investigación.....	29
3.1.4 Enfoque de investigación.....	30
3.2 Población y muestra	30
3.2.1 Población	30
3.2.2 Muestra	31
3.3 Técnicas de recolección de datos	31
3.4 Técnicas para el procesamiento de la información.....	31
Capítulo IV: RESULTADOS	32
4.1 Análisis de resultados	32
4.2 Contrastación de hipótesis.....	52
5.1 Discusión	55
6.1 Conclusiones.....	57
6.2 Recomendaciones	58
7.1 Fuentes documentales.....	60
7.2 Fuentes bibliográficas.....	61
7.3 Fuentes hemerográficas	61
7.4 Fuentes electrónicas.....	62
ANEXOS	63
01 MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	63
02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS.....	65
03 TRABAJO ESTADÍSTICO DESARROLLADO	68

04 CAPTURAS DE PANTALLA.....69



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Informes de trabajo.	32
Figura 2. Oportunidades y amenazas que existen en el entorno del trabajo.....	33
Figura 3. Participación con comentarios y propuestas.	34
Figura 4. Distribución y frecuencias de opiniones y sugerencias.....	35
Figura 5. Libertad de pedido de apoyo.	36
Figura 7. Solicitud de apoyo atendida de manera inmediata.	37
Figura 8. Solicitud de apoyo atendida cuando los jefes disponen de tiempo.	38
Figura 9. Distribución y frecuencias de instrucciones claras.	39
Figura 10. Instrucciones brindadas por los jefes con un buen trato.	40
Figura 11. Instrucciones agresivas o amenazadoras brindadas por los jefes.....	41
Figura 12. Participación de reuniones semanales.	42
Figura 13. Comunicados de resultados y objetivos por parte de los jefes.....	43
Figura 14. Recepción de información por parte de los jefes.	44
Figura 15. Evaluación de desempeño laboral.	45
Figura 16. Compensación por buenos resultados.	46
Figura 17. Participación para coordinación de tareas y actividades.....	47
Figura 18. Apoyo con la difusión de información.....	48
Figura 19. Comparten información entre compañeros.	49
Figura 20. Buena relación laboral con los compañeros de trabajo.....	50
Figura 21. Acción de solución en un conflicto entre compañeros.....	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución y frecuencias de informes de trabajo.....	32
Tabla 2: Distribución y frecuencias de información sobre oportunidades y amenazas que existen en el entorno del trabajo.	33
Tabla 3: Distribución y frecuencias de participación con comentarios y propuestas.....	34
Tabla 4: Distribución y frecuencias de opiniones y sugerencias.....	35
Tabla 5: Distribución y frecuencias de libertad de pedido de apoyo.	36
Tabla 6: Distribución y frecuencias de solicitud de apoyo atendida de manera inmediata.	37

Tabla 7: Distribución y frecuencias de solicitud de apoyo atendida cuando los jefes disponen de tiempo.....	38
Tabla 8: Distribución y frecuencias de instrucciones claras.	39
Tabla 9: Distribución y frecuencias de instrucciones brindadas por los jefes con un buen trato.....	40
Tabla 10: Distribución y frecuencias de instrucciones agresivas o amenazadoras brindadas por los jefes.....	41
Tabla 11: Distribución y frecuencias de participación de reuniones semanales.	42
Tabla 12: Distribución y frecuencias de comunicados de resultados y objetivos por parte de los jefes.	43
Tabla 13: Distribución y frecuencias de recepción de información por parte de los jefes.	44
Tabla 14: Distribución y frecuencias de evaluación de desempeño laboral.....	45
Tabla 15: Distribución y frecuencias de compensación por buenos resultados.....	46
Tabla 16: Distribución y frecuencias de participación para coordinación de tareas y actividades.....	47
Tabla 17: Distribución y frecuencias de apoyo con la difusión de información.....	48
Tabla 18: Distribución y frecuencias cuando el comparten información entre compañeros.....	49
Tabla 19: Distribución y frecuencias de buena relación laboral con los compañeros de trabajo.....	50
Tabla 20: Distribución y frecuencias de acción de solución en un conflicto entre compañeros.....	51
Tabla 21: Percepción de la comunicación interna.....	52
Tabla 22: Percepción de la comunicación interna ascendente.....	52
Tabla 23: Percepción de la comunicación interna descendente.....	53
Tabla 24: Percepción de la comunicación interna horizontal.....	54

Resumen

Objetivo: Identificar la percepción de la comunicación interna de los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022. **Métodos:** La investigación es de tipo básica, descriptiva, de corte transversal, no experimental y un enfoque cuantitativo, considerando como población total a los 50 colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C. Empleamos como herramienta de investigación una encuesta con un instrumento del cuestionario constituido por 20 preguntas (escala de Likert), para el vaciado de las encuestas y búsqueda de resultados utilizamos el programa SPSS. **Resultados:** El 44% de los encuestados, reportaron un nivel bajo de la percepción de la comunicación interna, el otro 44% reportaron un nivel medio y el 12% reportaron un nivel alto; en base a la dimensión comunicación interna ascendente el 58% reportaron un nivel bajo, el 32% un nivel medio y el 10% reportaron un nivel alto; en base a la dimensión comunicación interna descendente, el 46% reportaron un nivel medio, el 42% reportaron un nivel bajo y el 12%; en base a la dimensión comunicación interna horizontal el 62% reportaron un nivel medio, el 24% reportaron un nivel bajo y el 14% reportaron un nivel alto. **Conclusión:** Se comprobó la hipótesis de investigación afirmando que la comunicación interna que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 es deficiente y se rechazó la hipótesis nula.

Palabras clave: Comunicación interna, comunicación interna ascendente, comunicación interna descendente, comunicación interna horizontal.

Abstract

Objective: Identify the perception of the internal communication of the collaborators of the real estate Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022. **Methods:** The research is of a basic, descriptive, cross-sectional, non-experimental type and a quantitative approach, considering as the total population the 50 employees of the real estate company Inversiones de América de Sur S.A.C. We used as a research tool a survey with a questionnaire instrument consisting of 20 questions (Likert scale), for the emptying of the surveys and search for results we used the SPSS program. **Results:** 44% of the respondents reported a low level of perception of internal communication, the other 44% reported a level and 12% reported a high level; Based on the internal communication dimension, 58% reported a low level, 32% a medium level and 10% reported a high level; Based on the descending internal communication dimension, 46% reported a medium level, 42% reported a low level and 12%; Based on the horizontal internal communication dimension, 62% reported a medium level, 24% reported a low level and 14% reported a high level. **Conclusion:** The research hypothesis was verified stating that the internal communication perceived by the collaborators of the real estate Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 is deficient and the null hypothesis was rejected.

Keywords: Internal communication, upward internal communication, downward internal communication, horizontal internal communication.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada “Comunicación Interna en los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022”, se llevó a cabo porque se identificó una mala práctica de la comunicación interna, en las distintas áreas que laboran dentro de la empresa, identificando como principales problemáticas lo siguiente: una deficiente comunicación interna ascendente por parte de los colaboradores, no existe una adecuada comunicación interna descendente por las indicaciones o comunicados poco claros de parte de los jefes y una comunicación interna horizontal regular que presenta falencias.

Se estructura en 6 capítulos cada uno con principios estipulados.

Capítulo I: Constituye la descripción de la realidad problemática, formulación del problema, abordando los objetivos y la justificación de la investigación junto a delimitaciones y viabilidad del estudio.

Capítulo II: Constituye basándose en el marco de referencias de investigaciones y estudios abarcando nivel nacional e internacional, se tomó como referencias las bases teóricas y filosóficas basada en autores, las hipótesis y la matriz de operacionalidad de variables presentada en tabla.

Capítulo III: Se determinó la metodología describiendo, el nivel, tipo, enfoque y diseño de la investigación, de la misma forma se da a conocer la población, la técnica para recopilar los datos y el programa para el procesamiento de estos.

Capítulo IV: Se compiló información alcanzada a través del empleo del instrumento de investigación a la población dando a percibir el análisis de los resultados obtenidos mediante figuras y tablas de cada ítem, interpretando cada una de estas y con la contrastación de hipótesis.

Capítulo V: Se consideró diversas fuentes de investigación como base para nuestro estudio comparándola con los resultados por medio de la discusión.

Capítulo VI: Se consideró: conclusiones y recomendaciones basándonos en los resultados obtenidos.

Capítulo I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Diez (2006) afirma que: “La comunicación es la capacidad que tiene todo ser de relacionarse con el entorno. Es el intercambio de opiniones en busca de relacionarse con dos o más personas”.

Riascos y Gallejo (2020) manifiestan que:

La comunicación interna se encarga de promover las aptitudes del personal de la organización, generar sinergia entre todas las áreas para alcanzar y lograr los objetivos organizacionales; permite una buena comunicación y anima a los colaboradores a desarrollar un sentido de pertenencia.

Muchas entidades tanto públicas como privadas buscan tener una adecuada estructura organizacional, de igual manera uno de los pilares más influyentes y básicos es la comunicación interna, mediante la cual los colaboradores van a tener un mejor desarrollo de sus actividades, porque previo a ello va a existir una comunicación, la misma que fortalecerá lazos de forma interna.

Tener en consideración que la comunicación interna tiene una organización y como Villanueva (2017) afirma: “La comunicación interna se puede organizar en tres formas, descendente, ascendente y horizontal, las cuales deben ser acogidas en la empresa para mantener una excelente relación e interacción con el equipo de trabajo” (p.15).

Entendiendo así la importancia de la comunicación interna para generar un buen clima laboral entre las dependencias en donde se relaciona con la eficiente gestión de la comunicación dentro de la organización. “Se atribuye la existencia de micro climas laborales negativos que perturban el buen desempeño de los trabajadores y el desarrollo natural de la institución” (Charry, 2018, p.8).

Por lo tanto, es de suma importancia en la organización como herramienta principal la comunicación interna, ya que apoya el desarrollo óptimo del alcance de objetivos y metas

trazadas de la inmobiliaria, como resultado de una buena comunicación entre colaboradores de las diferentes áreas que exista en la organización.

La inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C. tiene 14 años constituida como empresa ofreciendo a sus clientes diversas opciones y proyectos donde estos pueden comprar terrenos en muchas zonas de la localidad de Huaral, el público objetivo de la empresa son personas a nivel nacional, la atracción principal es la oferta, facilidad de pago y el buen trato a los clientes, detrás de todo lo mencionado, existe un grupo humano de colaboradores desde el personal de seguridad, de limpieza, asesores de ventas, encargados de la publicidad, área legal, administrativa y contable, entendiéndose así que todas las áreas se comprenden para buscar un mismo objetivo, las ventas de terrenos.

La comunicación entre los compañeros de trabajos en las distintas formas (comunicación ascendente, descendente y horizontal) resulta beneficioso cuando se logra una eficiente comunicación, pero en muchos casos estos se han visto afectados por no saber comunicarse, esto ha traído consigo no solo conflictos internos entre los mismos sino confusión del proceso de ventas por lo que esto repercute a la pérdida y desinterés de los clientes captados. Influye desde una deficiente codificación del mensaje, también la decodificación y entendimiento; como mencionamos anteriormente los resultados de una mala comunicación entre los colaboradores trae distorsión de la información, poca participación, temor al realizar consultas, falta de organización y entre otros conflictos internos.

Con la presente investigación se buscó identificar en qué situación se encuentra el problema, para así poder buscar un mejor manejo mediante estrategias de comunicación propuestas por los investigadores con el fin de que estas sirvan para una mejor retroalimentación entre todos los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C. para conseguir mejorar la situación del diagnóstico actual en la que se encuentra la comunicación interna en la empresa.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo perciben la comunicación interna los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cómo perciben la comunicación ascendente los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022?

¿Cómo perciben la comunicación descendente los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022?

¿Cómo perciben la comunicación horizontal los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Identificar la percepción de la comunicación interna de los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

1.3.2 Objetivos específicos

Identificar la percepción de la comunicación ascendente de los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

Identificar la percepción de la comunicación descendente de los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

Identificar la percepción de la comunicación horizontal de los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

1.4 Justificación de la investigación

El propósito de esta investigación nació por causa de la preocupación de una deficiente comunicación interna en la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., la misma que es direccionada a los clientes internos, es decir, a los colaboradores, con una finalidad de acuerdo con las nuevas necesidades de la empresa donde se pueda construir un clima de confianza y motivación entre todos. Brindar a todos la oportunidad de expresarse ante la dirección, independientemente de su posición en la escala de la jerarquía organizacional, de la misma forma promover una comunicación por igual en todas las escalas. Otro aporte que dejó esta investigación es la creación de conciencia en la empresa Inversiones de América de Sur S.A.C. en cuanto al grado de importancia de la comunicación interna para consolidar una adecuada estructura organizacional, lo cual beneficiará mucho a la gestión de la empresa en bien del servicio a los clientes y así alcanzar las metas planteadas.

1.5 Delimitaciones del estudio

Delimitación espacial, el ámbito de estudio fue en la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., que tiene como dirección legal, Av. 2 de Mayo N° 165– Huaral - Lima - Perú.

Delimitación temporal, este proyecto se ejecutó entre los meses de noviembre y diciembre del 2022.

Delimitación social, la investigación a través de los resultados buscó lograr la mejora en el funcionamiento de la comunicación interna, alcanzando los objetivos corporativos de una manera eficiente.

Delimitación conceptual, el estudio determinó el uso de la variable comunicación interna, tomando en cuenta las dimensiones de la comunicación ascendente, descendente y horizontal.

1.6 Viabilidad del estudio

Viabilidad humana, se estableció el objeto de estudio con el aporte del personal de la inmobiliaria para el desarrollo de las encuestas y por consiguiente de la investigación.

Viabilidad temporal, se cumplió sin problemas el cronograma establecido.

Viabilidad financiera, se contó con los recursos propios siendo así de gran soporte para el proceso de investigación.

Capítulo II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Riascos, A. & Gallego, A. (2020) en Colombia realizaron una investigación titulada *Diseño del plan de comunicación para el fortalecimiento de la comunicación interna en la fundación Cottolengo del Padre Ocampo. Municipio de Jamundí - Valle del Cauca - 2019*. En esta investigación reconocen los componentes que se requiere en dicha fundación para asumir la comunicación e información ante su respectivo público objetivo como son sus colaboradores, donantes, proveedores y sociedad caleña. Utilizando una metodología de tipo aplicada con enfoque cualitativo considerando como técnicas de investigación entrevistas, análisis de documentos y observación, utilizando el instrumento del cuestionario, informe descriptivo y la bitácora respectivamente. Finalmente tuvo un resultado de acuerdo con las respuestas conseguidas, no hay precisión en la forma que se debe de comunicar en cada uno de los procesos, debido a que es un tema que se manifiesta de acuerdo con las necesidades de la fundación y no tiene un lineamiento, por lo contrario, se disminuye al plano informativo, mediante el WhatsApp teniendo todo esto en cuenta por la coordinadora de salud. Existe un comité de comunicaciones que no cuenta con un perfil ideal, pero hay personas interesadas en aportar a ese proceso según mencionado por el gerente de la institución. La falla ubicada en el espacio es que la comunicación se centra en la junta directiva y no se concreta en el proceso descendente en el cual los procesos operativos y administrativos tengan una oportuna comunicación.

Pazmay, G. (2019) en Ecuador realizó una investigación titulada *Mejoramiento de comunicación interna en empresas de calzado en Tungurahua - Ecuador, aprobada por la Universidad Espíritu Santo - UEES*. Su objetivo de investigación fue tasar una proposición para mejorar la comunicación interna, realizando una investigación descriptiva a las empresas pertenecientes a la Cámara Nacional de Calzado (CALTU) entre los años 2016 y 2018, la muestra fue no probabilística. El instrumento utilizado fue el cuestionario, arrojando un Alfa de Cronbach de 0.78, y se consolidó su validez convergente y discriminante. Arrojando como resultado que la normativa de comunicación interna descendente

predomina la red en cadena de la comunicación interna y un canal formal teniendo en cuenta que es un proceso que provee de información y fundamentalmente social de mantenimiento. No existen diferencias dentro de las estadísticas que sean relevantes de la evaluación entre los dos años. Se determinó que la capacitación efectiva implica una perspectiva sistémica, y que se debe intervenir las organizaciones de forma global para originar cambios que perduren en la comunicación interna.

Arzamendia, F. (2022) en España realizó una investigación titulada *Nuevas propuestas de comunicación interna en el movimiento sindical argentino: El círculo sindical de la prensa y la comunicación de Córdoba (CISPREN)*, aprobada por la Universidad de Sevilla. El objetivo del plan de comunicación propuesto es perfeccionar las herramientas comunicativas del sindicato, dirigido a todos los miembros del sindicato afiliados y no afiliados, teniéndolos como público objetivo. La metodología tiene un nivel exploratorio ya que sitúa el sindicato en la República Argentina y un nivel descriptivo porque muestra su trayectoria por medio de registros documentales como técnica de observación y entrevistas. Utilizando como instrumento de investigación el cuestionario realizado al público objetivo y la observación de la adecuada articulación de las herramientas de comunicación. Como conclusión, tras el sustento teórico sobre comunicación institucional teniendo como escenarios la comunicación offline y online se expuso la propuesta de plan de comunicación con actividades concretas y sus correspondientes cronogramas de actuación.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Guzmán, E. (2020) realizó una investigación titulada *Empowerment y la comunicación interna en los trabajadores de la empresa Inmobiliaria y Constructora Arquines S.A.C., San Isidro, 2020*, aprobada por la Universidad César Vallejo, Lima - Perú. Su objetivo de investigación fue determinar la relación entre el empoderamiento de los trabajadores y la comunicación interna en la empresa. En cuanto al diseño de investigación, es una investigación aplicada, diseño no experimental, nivel correlacional y de un enfoque cuantitativo, se realizó una encuesta a 20 personas, la cual fue censal, y la técnica que se utilizó fue una encuesta empleando un cuestionario como instrumento de forma virtual. Se concluyó que la delegación se relaciona significativamente con la comunicación interna, más aún en la comunicación descendente y ascendente con coeficiente de correlación de 0.537 y 0.507, respectivamente.

Salas, C. & Salas, D. (2019) realizaron una investigación titulada *Percepción de la comunicación interna en trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte, 2019*, aprobada por la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - Perú. El objetivo de esta investigación es hacer referencia a la percepción de la comunicación interna. En cuanto a la metodología se aplicaron investigación básica utilizando un estudio de nivel descriptivo con diseño no experimental y métodos cuantitativos para lo cual se trabajó con una muestra de 132 colaboradores utilizando como herramienta de investigación un cuestionario y se creó una escala tipo Likert. Finalmente, concluyeron que 132 colaboradores expresaron una percepción negativa de la comunicación interna y que una comunicación interna bien administrada tiene un impacto positivo en el clima organizacional, mejorando el rendimiento óptimo de los empleados para poder lograr los objetivos comerciales.

Carhuamaca, H. & Meza, R. (2019) realizaron una investigación titulada *Percepción de la comunicación interna en las municipalidades de Sapallanga y Pucará*, aprobada por la Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo – Perú. Su objetivo de investigación fue determinar las diferencias en las percepciones de la comunicación interna entre ambos municipios, el cual se efectuó a través de un estudio de caso con un diseño descriptivo comparativo en una muestra de 59 trabajadores de la municipalidad de Sapallanga y 24 trabajadores de la municipalidad de Pucará. La investigación concluyó que no existe distinción significativa en la percepción de la comunicación interna entre los trabajadores de los municipios, de acuerdo con los resultados el nivel de percepción de la comunicación en el municipio de Pucará estuvo mejor posicionada, asimismo en la dimensión ascendente y descendente está en un nivel entre bueno a intermedio, a diferencia de las demás dimensiones la horizontal puntúa más alto y está en un buen nivel.

2.2 Bases teóricas

Comunicación

Esta teoría le corresponde a Chiavenato (2007) en donde afirma: “Las personas no viven aisladas y tampoco son autosuficientes, sino que se relacionan continuamente con otras o con su ambiente por medio de la comunicación” (p.50), por todo lo dicho del autor podemos inferir que la transferencia del significado y/o de la información es parte de un sujeto a otro. También es una forma de comunicarse con los demás por medio de ideas, valores y hechos. Es el proceso de unir a sujetos para repartir conocimientos y sentimientos,

e implica intercambio entre ellas. Hay al menos dos personas en cualquier comunicación: quien emite el mensaje y quien lo recibe. Un solo sujeto no puede comunicarse, el acto exclusivamente tiene correspondencia si hay un receptor. Una organización no puede existir o funcionar sin comunicación; es una red que engloba y organiza todos sus elementos.

Comunicación organizacional

De Castro (2014) refiere lo siguiente:

Se encuentra plasmada en las instituciones y es parte de sus normas o cultura.

Por lo tanto, debe existir una fluida comunicación entre los funcionarios de todas las jerarquías de los distintos niveles que existe en la organización.

Clima organizacional

Chiavenato (2007) refiere lo siguiente:

El clima de la organización apunta al entorno interno entre los miembros de esta, que está estrechamente comprometido con el entusiasmo de los miembros en general. El término delimita las características del entorno de trabajo, los aspectos de una organización que estimulan o fomentan distintos modelos de motivación en sus miembros. Por lo tanto, es beneficioso cuando complace las necesidades individuales de los miembros y eleva la moral. Es malo si interrumpe esas necesidades.

Comunicación Interna

Riascos y Gallejo (2020) refieren lo siguiente:

La comunicación interna se encarga de promover las aptitudes del personal de la organización, generar sinergia entre todas las áreas para alcanzar y lograr los objetivos organizacionales; permite una buena comunicación y anima a los colaboradores a desarrollar un sentido de pertenencia.

Clasificación de la comunicación interna:

Según De Castro (2014) la llamada comunicación formal en la comunicación es direccional y se ha clasificado en:

a) Comunicación Ascendente

De los colaboradores hacia la gerencia o presidencia de la empresa. Esto es importante porque permite a los líderes empresariales entender el ambiente laboral que existe, aporta a evitar rumores, malentendidos o errores en la comunicación. Los métodos que más se conocen son el buzón de sugerencias y el proceso de quejas.

b) Comunicación Descendente

Parte desde la alta gerencia al personal. Por lo general suelen ser constituidas por comunicaciones institucionales de la organización como normativas, reglamentos, procedimientos, etc., en situaciones son inapropiadas, por lo que es común que los colaboradores expresen su malestar al entender que los jefes no tienen conocimiento de lo que sucede con ellos.

c) Comunicación Horizontal

Entre colaboradores de igual nivel jerárquico o pares. Es imprescindible para una adecuada organización y unificación de las distintas áreas de la empresa y las labores que desarrollan en sus instalaciones. Debe evitarse la duplicidad de tareas o la pérdida de dinero y tiempo en procesos administrativos repetitivos.

2.3 Bases filosóficas

El positivismo es un movimiento filosófico nacido en el siglo XIX aproximadamente, gracias al francés Henri de Saint – Simon y Auguste Comte, quienes la establecieron por toda Europa.

Esta investigación por su naturaleza ofrece un enfoque cuantitativo, que así encaja en la base filosófica del positivismo, ya que se caracteriza por la mensurabilidad con la esperanza de obtener un conocimiento sistemático verificable y comparable a partir de los resultados brindados.

Los estudios de comunicación y su vínculo con la filosofía buscan descifrar mensajes por medio de la participación, la retroalimentación, el pensamiento libre, la interpretación de mensajes, el pensamiento crítico y más.

Entonces podemos concluir que el concepto filosófico de la comunicación se apoya en los métodos y en cómo las personas implementan estas estrategias a través de diferentes medios de comunicación. Esto coincide con la concepción del Positivismo, por lo que es la base filosófica correcta para respaldarla.

2.4 Definición de términos básicos

Comunicación

Chiavenato (2007) refiere lo siguiente:

Explica como el traslado de información o significado de un sujeto a otro. También es una forma de comunicarse con los demás a través de ideas, valores y hechos. La comunicación es el procedimiento de unir a sujetos para repartir conocimientos y sentimientos, e implica intercambio entre ellas.

Comunicación Interna

Riascos y Gallejo (2020) refieren lo siguiente:

La comunicación interna se encarga de promover las aptitudes del personal de la organización, generar sinergia entre todas las áreas para alcanzar y lograr los objetivos organizacionales; permite una buena comunicación y anima a los colaboradores a desarrollar un sentido de pertenencia.

Comunicación Ascendente

Esta teoría le corresponde a Robbins y Judge (2009) en donde afirma: “La comunicación hacia arriba fluye hacia un nivel superior del grupo u organización. Se utiliza

para proporcionar retroalimentación a los superiores, informarles sobre el progreso hacia las metas y plantearles problemas actuales” (p. 354).

Comunicación Descendente

Robbins y Judge (2009) refieren lo siguiente:

La comunicación que recorre desde un mayor nivel en una organización a un nivel menor se llama comunicación descendente. Los jefes de equipo y los gerentes lo utilizan para establecer objetivos, proporcionar instrucciones de laburo, indicar a los empleados sobre procedimientos y políticas, mostrar los inconvenientes para su análisis y brindar retroalimentación sobre el cumplimiento (p. 353).

Comunicación Horizontal

Esta teoría le corresponde a Robbins y Judge (2009) en donde afirma: “Cuando la comunicación tiene lugar entre miembros del mismo grupo de trabajo, entre miembros de grupos de trabajo del mismo nivel, entre gerentes del mismo rango o entre cualquier personal equivalente en lo horizontal” (p. 354).

Comunicación Organizacional

De Castro (2014) afirma lo siguiente

Lo instauran las instituciones como parte de su cultura o normas. Por lo tanto, debe existir una fluida comunicación entre los colaboradores de todas las jerarquías, entre gerentes y el resto de la organización.

Clima laboral

Charry (2018) refiere lo siguiente

Es una estructura intangible relacionada con la manera en que el personal percibe su entorno de trabajo. Es el tono sensitivo interno de los colaboradores de la unidad estructural hacia diversos factores en un momento dado.

Informes

Esta teoría le corresponde a Morales (2020) en donde afirma: “El informe, por tanto, recoge información y hechos verificados y analizados por su autor. Información que, habiendo sido analizada, aporta una serie de respuestas, así como datos relevantes, a la organización de una institución o entidad”.

Intercambio de ideas

Esta teoría le corresponde al Centro de competencia (2016) en donde afirma: “Es una forma de cooperación horizontal entre competidores, a través del traspaso de datos sobre parámetros de su actividad económica”.

Percepción

Chiavenato (2007) refiere lo siguiente:

Cada uno tiene su propio marco conceptual, un marco de antecedente que acciona como un filtro codificado que determina la recepción y proceso de diversa información. Este filtro elige y aparta cualquier información inadecuada o una amenaza para el sistema. Existe una codificación perceptual que acciona como barrera al omitir información que no tiene trascendencia.

Reuniones de sugerencias

Espacio donde los colaboradores van a mencionar opiniones y sugerencias a sus jefes o superiores.

Solicitudes de ayuda

Los colaboradores tienen la oportunidad de solicitar apoyo a sus superiores.

2.5 Hipótesis de investigación

2.5.1 Hipótesis general

La comunicación interna que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 es deficiente.

2.5.2 Hipótesis específicas

La comunicación ascendente que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 es deficiente.

La comunicación descendente que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 es deficiente.

La comunicación horizontal que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 es regular.



2.6 Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Comunicación Interna	Comunicación Interna Ascendente	Informes	1; 2
		Reuniones de sugerencias	3; 4
		Solicitudes de ayuda	5; 6; 7
	Comunicación Interna Descendente	Instrucciones	8; 9; 10
		Comunicados	11; 12; 13
		Evaluaciones	14; 15
	Comunicación Interna Horizontal	Coordinación de tareas	16; 17
		Intercambio de información	18
		Resolución de conflictos	19; 20

Capítulo III METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Tipo de investigación

La investigación es de tipo básica dado a que buscó recoger información acerca de la realidad actual y con ella se pueda mejorar el funcionamiento de la Comunicación Interna.

Carrasco (2005), menciona que:

“La investigación básica es la que no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes, es decir, no crea nuevas teorías sino sólo busca ratificarlas o denegarlas” (p. 43).

3.1.2 Nivel de investigación

La investigación tiene un nivel descriptivo puesto que tiene un soporte determinado en un periodo definido orientado a la realidad en la cual se orienta la variable.

Arias (2012), menciona que:

La investigación descriptiva comprende describir hechos, fenómenos, individuos o grupos para especificar su organización o conducta. En cuanto a la profundidad del conocimiento, el producto de este modelo de investigación se encuentra en nivel intermedio.

3.1.3 Diseño de investigación

La investigación está basada en el diseño no experimental-transversal, no hay manipulación ni control de la variable, solo se buscó recoger datos para explicar cómo se manifiesta el problema identificado.

Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionan que:

“Los diseños no experimentales suponen que las variables no serán manipuladas, sino se centra en analizar cuál es el nivel o modalidad de una o diversas variables en un momento dado, evaluar una situación en un punto del tiempo” (p.151). El estudio se realizó en un solo periodo, específicamente, fue en noviembre y diciembre del año 2022. Por lo tanto, se estipuló como un estudio de diseño no experimental – tipo transversal.

3.1.4 Enfoque de investigación

La investigación utiliza un enfoque cuantitativo, porque se basa en un proceso continuo de recopilación de datos en el que se contrastan las hipótesis mediante una encuesta.

Hernández, Fernández y Baptista (2014), refieren que:

El método cuantitativo se representa de forma secuencial y basado en evidencia. Todos los pasos están relacionados y no podemos evitarlos. El procedimiento es estricto, por supuesto podemos redefinir ciertas fases. Emerge desde la concepción de una idea, una vez definida, se fijan objetivos e interrogantes de la investigación, se verifica la literatura y se establece un marco teórico o panorama. A raíz del problema se formulan hipótesis y se identifican variables; se desarrollan planes para probarlos; las variables se miden en condiciones específicas; se estudian las medidas obtenidas y se extraen conclusiones sobre las hipótesis propuestas.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C. en el presente año cuenta con una población total de 50 trabajadores.

De acuerdo con Carrasco (2005): “La población es el conjunto de elementos que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla en trabajo de investigación” (p. 237).

3.2.2 Muestra

La población en este presente proyecto de investigación por ser exacta y pequeña no requiere cálculo de la muestra, por lo tanto, se considera como muestra censal y se eligió al 100% de la población al poder reconocerse un número finito.

De acuerdo con la definición de la muestra de Carrasco (2005): "Parte o fragmento representativo de la población, cuyas características esenciales son las de ser objetiva y reflejo fiel a ella, de tal manera que los resultados obtenidos en la muestra puedan generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población" (p. 237).

3.3 Técnicas de recolección de datos

Para la variable comunicación interna se utilizó la encuesta por medio del instrumento referido el cuestionario, estructurada de 20 ítems con preguntas cerradas según escala de Likert.

Cañadas y Sánchez (1998) en su publicación "Categorías de la respuesta en escalas tipo Likert" menciona que:

"Este formato conlleva una serie de ventajas, entre las que destacan: menor ambigüedad de respuesta que las obtenidas con otro tipo de cuestionarios, mayor cercanía de las respuestas al objetivo del investigador permiten recabar más información en menos tiempo, etc" (p. 623). La escala de Likert puede considerarse relativamente económica, sencilla de desarrollar para los investigadores, fáciles de entender y responder rápidamente.

Es por esto, que hemos optado por este método de investigación la cual se dirigió y aplicó a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones América de Sur S.A.C.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Se utilizó una variedad de técnicas y métodos para la encuesta tal como: recopilación de datos, evaluación de calidad y búsqueda de resultados en el programa SPSS v. 28

Capítulo IV RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

Análisis univariado de los resultados de Comunicación Interna.

1. Realizo informes de trabajo dirigidos a mis jefes o superiores.

Tabla 1

Distribución y frecuencias de informes de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	16	32%
	Casi nunca	16	32%
	A veces	13	26%
	Casi siempre	3	6%
	Siempre	2	4%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

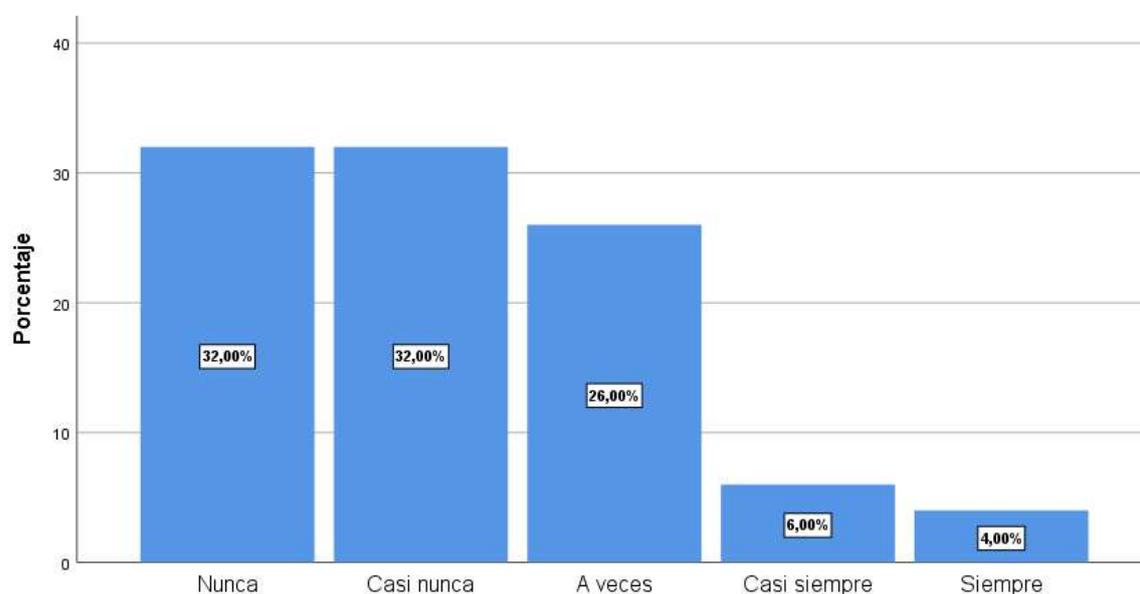


Figura 1. Informes de trabajo.

Según la tabla y figura, el 32% reportaron que nunca optan por realizar informes de trabajo dirigido a sus jefes o superiores, de la misma forma el otro 32% reportaron que casi nunca,

26% a veces, 6% casi siempre y para finalizar el restante con un 4% reportaron que siempre realizan informes de trabajo dirigido a sus jefes o superiores.

2. Informo a mis jefes o superiores las oportunidades y amenazas que existen en el entorno de mi trabajo.

Tabla 2

Distribución y frecuencias de información sobre oportunidades y amenazas que existen en el entorno del trabajo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	12	24%
	Casi nunca	20	40%
	A veces	11	22%
	Casi siempre	3	6%
	Siempre	4	8%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

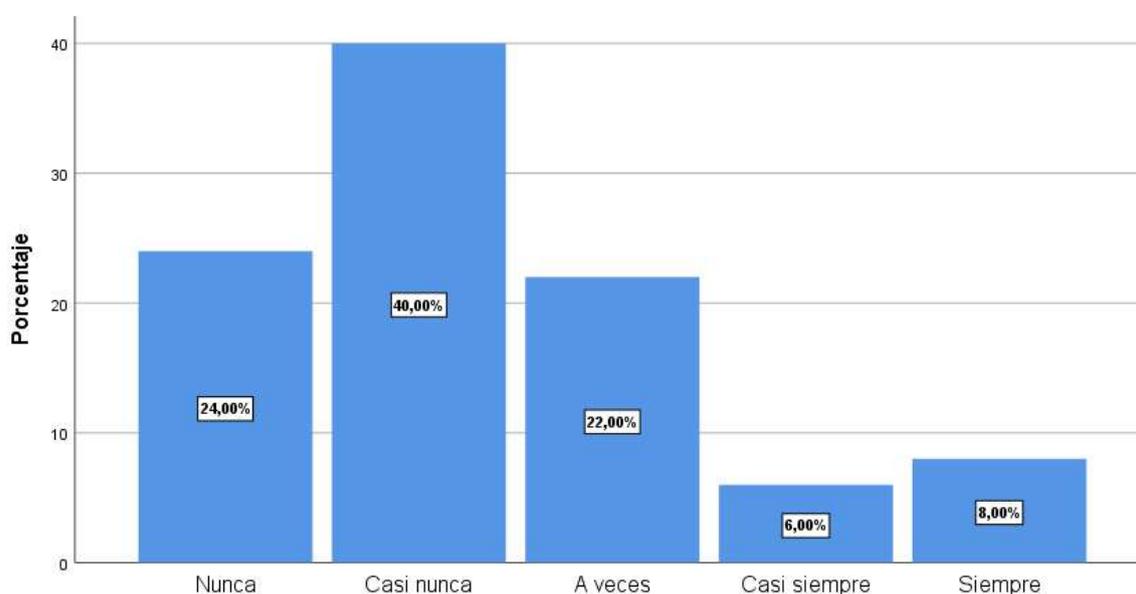


Figura 2. Oportunidades y amenazas que existen en el entorno del trabajo.

Información de oportunidades y amenazas que existen en el entorno del trabajo.

Según la tabla y figura, el 24% reportaron que nunca informan sobre las oportunidades y amenazas a sus jefes o superiores, de la misma forma el otro 40% reportaron que casi nunca,

22% a veces, 6% casi siempre y para finalizar el restante con un 8% reportaron que siempre informan sobre las oportunidades y amenazas a sus jefes o superiores.

3. Participo de forma activa con comentarios y propuestas para una mejora en los resultados del trabajo.

Tabla 3

Distribución y frecuencias de participación con comentarios y propuestas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	13	26%
	Casi nunca	17	34%
	A veces	10	20%
	Casi siempre	6	12%
	Siempre	4	8%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

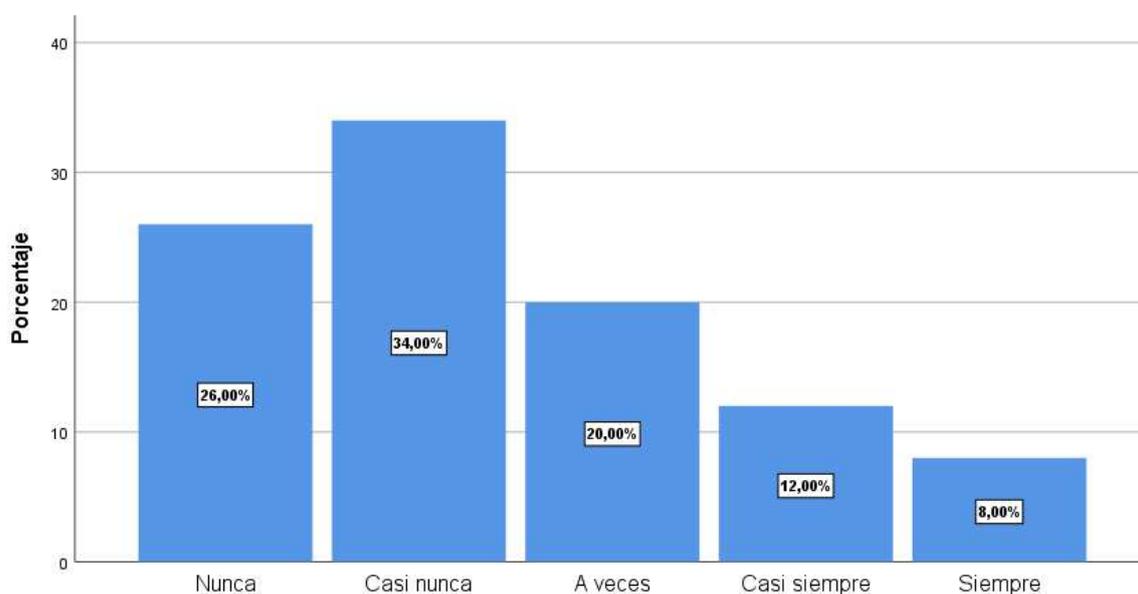


Figura 3. Participación con comentarios y propuestas.

Según la tabla y figura, el 26% reportaron que nunca participan de forma activa con comentarios y propuestas para una mejora en los resultados del trabajo, de la misma forma el otro 34% reportaron que casi nunca, 20% a veces, 12% casi siempre y para finalizar el restante con un 8% reportaron que siempre participan de forma activa con comentarios y propuestas para una mejora en los resultados del trabajo.

4. Mis opiniones y sugerencias son bien recibida por mis superiores.

Tabla 4

Distribución y frecuencias de opiniones y sugerencias

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	14	28%
	Casi nunca	17	34%
	A veces	9	18%
	Casi siempre	6	12%
	Siempre	4	8%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

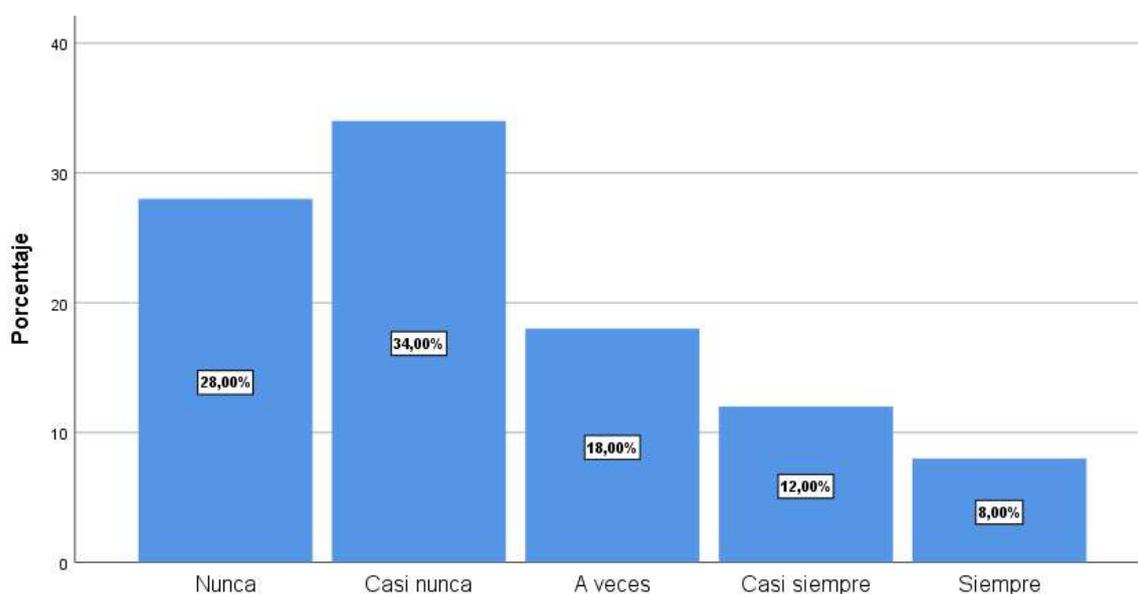


Figura 4. Distribución y frecuencias de opiniones y sugerencias.

Según la tabla y figura, el 28% reportaron que nunca sus opiniones y sugerencias son bien recibida por sus superiores, de la misma forma el otro 34% reportaron que casi nunca, 18% a veces, 12% casi siempre y para finalizar el restante con un 8% reportaron que siempre sus opiniones y sugerencias son bien recibida por sus superiores.

5. Tengo la libertad de pedir apoyo a mis jefes o superiores.

Tabla 5

Distribución y frecuencias de libertad de pedido de apoyo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	10	20%
	Casi nunca	19	38%
	A veces	12	24%
	Casi siempre	5	10%
	Siempre	4	8%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

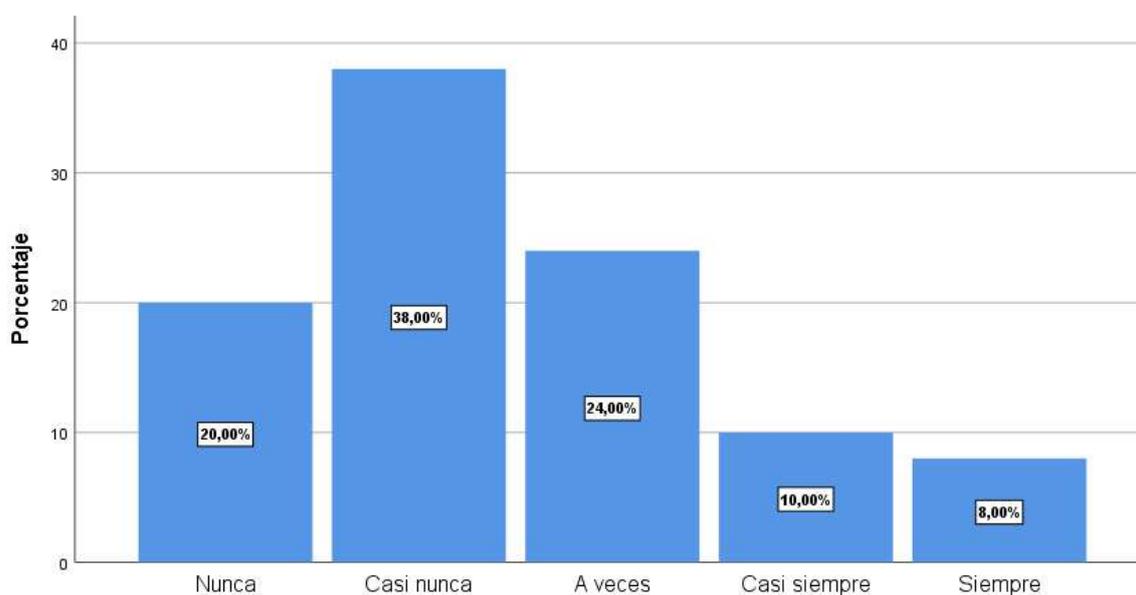


Figura 5. Libertad de pedido de apoyo.

Según la tabla y figura, el 20% reportaron que nunca tienen la libertad de pedir apoyo a sus jefes o superiores, de la misma forma el otro 38% reportaron que casi nunca, 24% a veces, 10% casi siempre y para finalizar el restante con un 8% reportaron que siempre tienen la libertad de pedir apoyo a sus jefes o superiores.

6. Mi solicitud de apoyo es atendida de manera inmediata.

Tabla 6

Distribución y frecuencias de solicitud de apoyo atendida de manera inmediata

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	11	22%
	Casi nunca	23	46%
	A veces	10	20%
	Casi siempre	3	6%
	Siempre	3	6%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

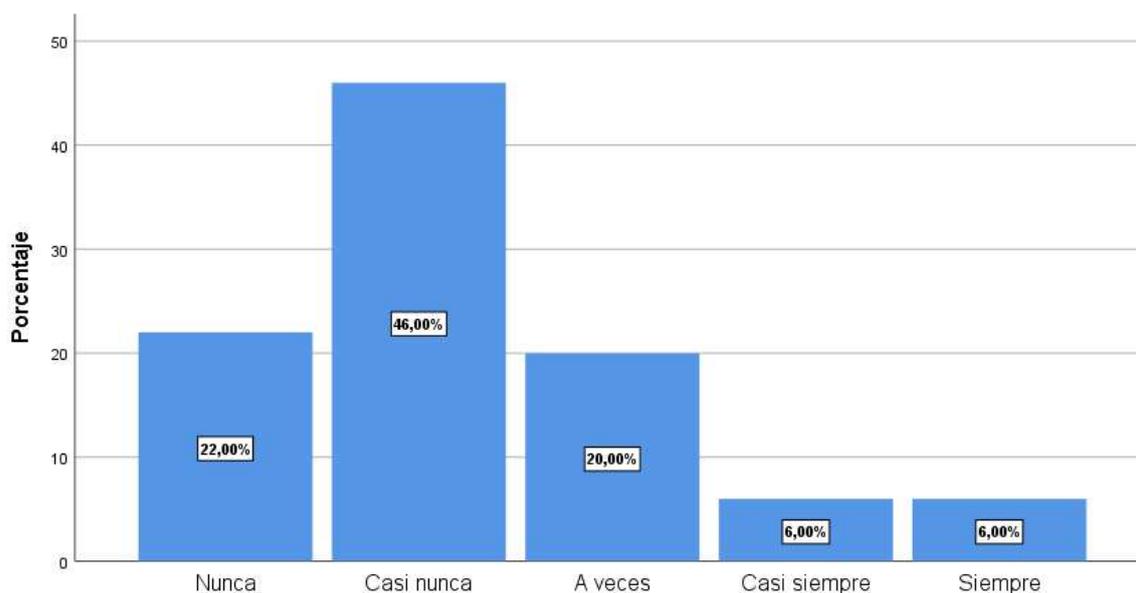


Figura 6. Solicitud de apoyo atendida de manera inmediata.

Según la tabla y figura, el 22% reportaron que nunca su solicitud de apoyo es atendida de manera inmediata, de la misma forma el otro 46% reportaron que casi nunca, 20% a veces, 6% casi siempre y para finalizar el restante con un 6% reportaron que siempre su solicitud de apoyo es atendida de manera inmediata.

7. Mi solicitud de apoyo es atendida cuando los jefes o superiores disponen de tiempo.

Tabla 7

Distribución y frecuencias de solicitud de apoyo atendida cuando los jefes disponen de tiempo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	7	14%
	Casi nunca	16	32%
	A veces	15	30%
	Casi siempre	9	18%
	Siempre	3	6%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.



Figura 7. Solicitud de apoyo atendida cuando los jefes disponen de tiempo.

Según la tabla y figura, el 14% reportaron que nunca su solicitud de apoyo es atendida cuando los jefes o superiores disponen de tiempo, de la misma forma el otro 32% reportaron que casi nunca, 30% a veces, 18% casi siempre y para finalizar el restante con un 6% reportaron que siempre su solicitud de apoyo es atendida cuando los jefes o superiores disponen de tiempo.

8. Recibo instrucciones claras por parte de mi jefe.

Tabla 8

Distribución y frecuencias de instrucciones claras

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	10	20%
	Casi nunca	18	36%
	A veces	14	28%
	Casi siempre	6	12%
	Siempre	2	4%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

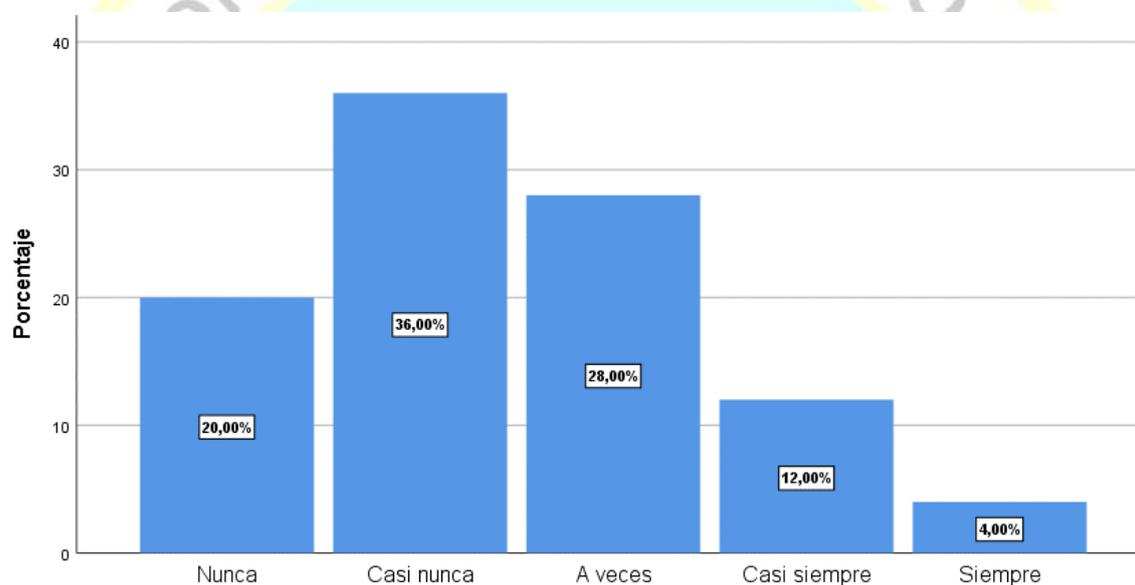


Figura 8. Distribución y frecuencias de instrucciones claras.

Según la tabla y figura, el 20% reportaron que nunca reciben instrucciones claras por parte de su jefe, de la misma forma el otro 36% reportaron que casi nunca, 28% a veces, 12% casi siempre y para finalizar el restante con un 4% reportaron que siempre reciben instrucciones claras por parte de su jefe.

9. Las instrucciones brindadas por mis jefes o superiores cumplen con el buen trato.

Tabla 9

Distribución y frecuencias de instrucciones brindadas por los jefes con un buen trato

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	6	12%
	Casi nunca	25	50%
	A veces	7	14%
	Casi siempre	10	20%
	Siempre	2	4%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

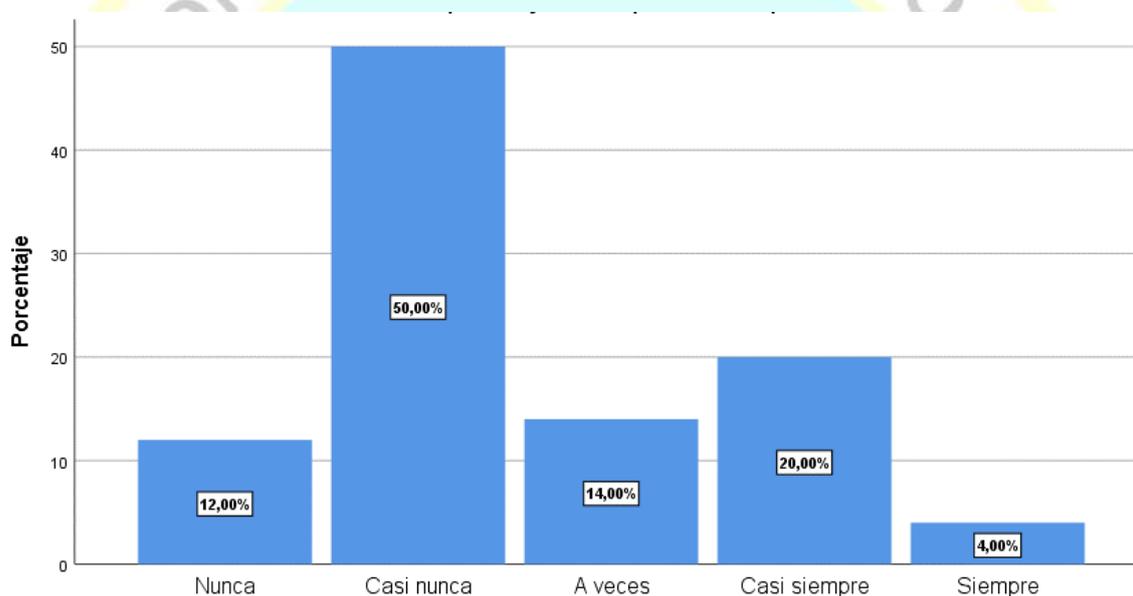


Figura 9. Instrucciones brindadas por los jefes con un buen trato.

Según la tabla y figura, el 12% reportaron que nunca las instrucciones brindadas por sus jefes o superiores cumplen con el buen trato, de la misma forma el otro 50% reportaron que casi nunca, 14% a veces, 20% casi siempre y para finalizar el restante con un 4% reportaron que siempre las instrucciones brindadas por sus jefes o superiores cumplen con el buen trato.

10. Las instrucciones brindadas por mis jefes o superiores son agresivas o amenazadoras.

Tabla 10

Distribución y frecuencias de instrucciones agresivas o amenazadoras brindadas por los jefes

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	8	16%
	Casi nunca	22	44%
	A veces	8	16%
	Casi siempre	10	20%
	Siempre	2	4%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

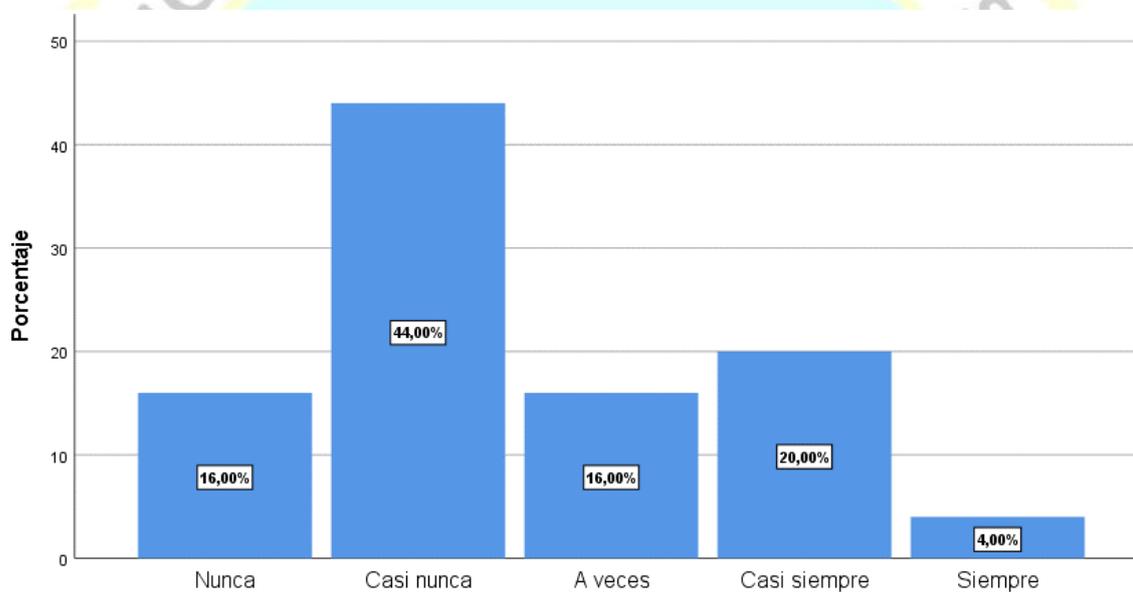


Figura 10. Instrucciones agresivas o amenazadoras brindadas por los jefes.

Según la tabla y figura, el 16% reportaron que nunca las instrucciones brindadas por sus jefes o superiores son agresivas o amenazadoras, de la misma forma el otro 44% reportaron que casi nunca, 16% a veces, 20% casi siempre y para finalizar el restante con un 4% reportaron que siempre las instrucciones brindadas por sus jefes o superiores son agresivas o amenazadoras.

11. Participo en reuniones semanales donde me comunican las tareas a realizar.

Tabla 11

Distribución y frecuencias de participación de reuniones semanales

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	8	16%
	Casi nunca	19	38%
	A veces	14	28%
	Casi siempre	7	14%
	Siempre	2	4%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

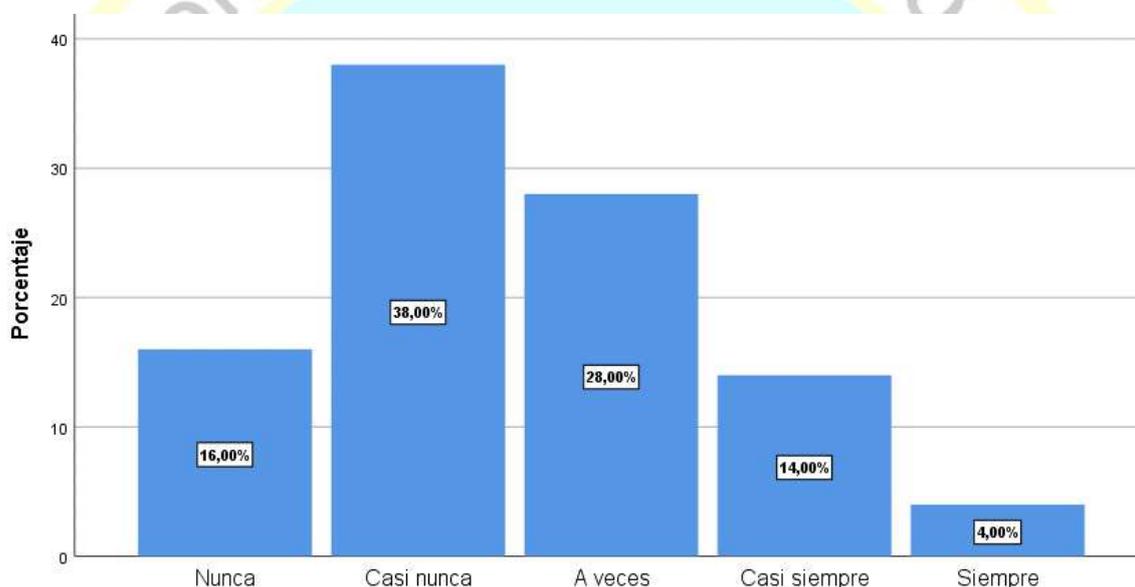


Figura 11. Participación de reuniones semanales.

Según la tabla y figura, el 16% reportaron que nunca participaron en reuniones semanales donde comunicaban las tareas a realizar, de la misma forma el otro 38% reportaron que casi nunca, 28% a veces, 14% casi siempre y para finalizar el restante con un 4% reportaron que siempre participaron en reuniones semanales donde les comunicaban las tareas a realizar.

12. Los jefes o superiores me comunican los resultados y objetivos alcanzados y/o planes de mejora.

Tabla 12

Distribución y frecuencias de comunicados de resultados y objetivos por parte de los jefes

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	12	24%
	Casi nunca	16	32%
	A veces	13	26%
	Casi siempre	7	14%
	Siempre	2	4%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

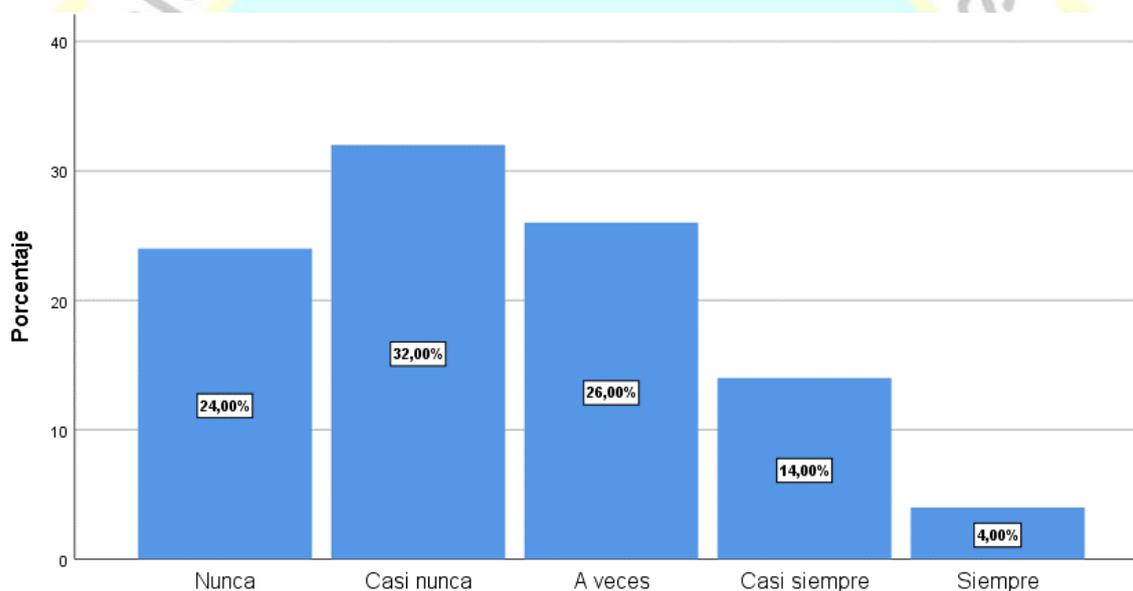


Figura 12. Comunicados de resultados y objetivos por parte de los jefes.

Según la tabla y figura, el 24% reportaron que nunca sus jefes o superiores les comunican los resultados y objetivos alcanzados y/o planes de mejora, de la misma forma el otro 32% reportaron que casi nunca, 26% a veces, 14% casi siempre y para finalizar el restante con un 4% reportaron que siempre sus jefes o superiores les comunican los resultados y objetivos alcanzados y/o planes de mejora.

13. Recibo información permanente de parte de mis jefes o superiores.

Tabla 13

Distribución y frecuencias de recepción de información por parte de los jefes

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	10	20%
	Casi nunca	19	38%
	A veces	16	32%
	Casi siempre	3	6%
	Siempre	2	4%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

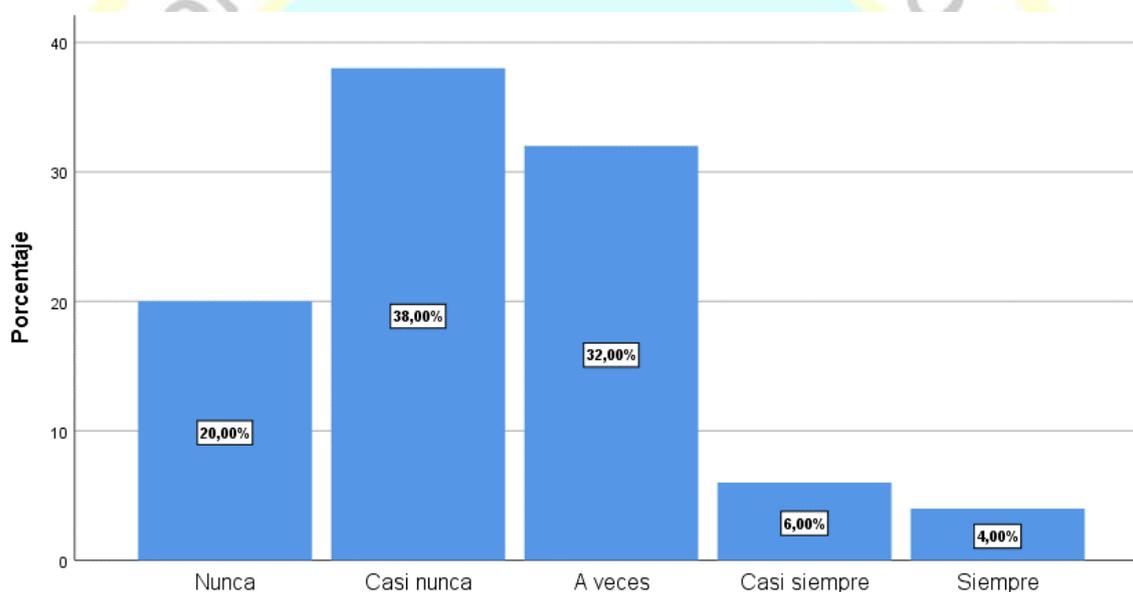


Figura 13. Recepción de información por parte de los jefes.

Según la tabla y figura, el 20% reportaron que nunca reciben información permanente de parte de sus jefes o superiores, de la misma forma el otro 38% reportaron que casi nunca, 32% a veces, 6% casi siempre y para finalizar el restante con un 4% reportaron que siempre reciben información permanente de parte de sus jefes o superiores.

14. Soy evaluado de acuerdo con mi desempeño laboral.

Tabla 14

Distribución y frecuencias de evaluación de desempeño laboral

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	10	20%
	Casi nunca	15	30%
	A veces	7	14%
	Casi siempre	14	28%
	Siempre	4	8%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

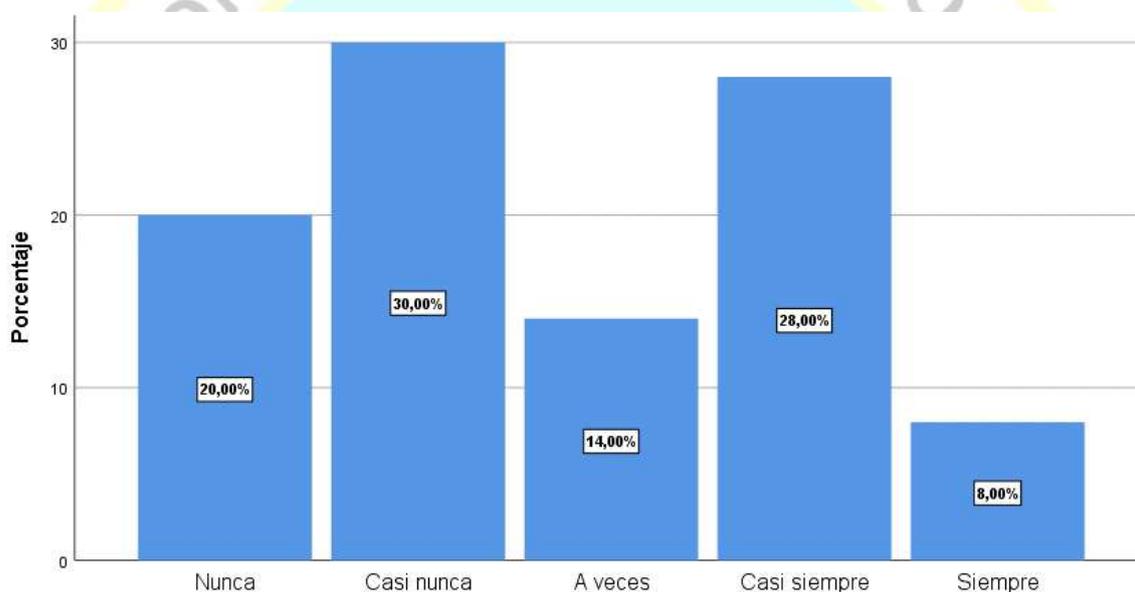


Figura 14. Evaluación de desempeño laboral.

Según la tabla y figura, el 20% reportaron que nunca son evaluados de acuerdo con su desempeño laboral, de la misma forma el otro 30% reportaron que casi nunca, 14% a veces, 28% casi siempre y para finalizar el restante con un 8% reportaron que siempre son evaluados de acuerdo con su desempeño laboral.

15. Mis jefes o superiores compensan mis buenos resultados.

Tabla 15

Distribución y frecuencias de compensación por buenos resultados

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	12	24%
	Casi nunca	17	34%
	A veces	12	24%
	Casi siempre	7	14%
	Siempre	2	4%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

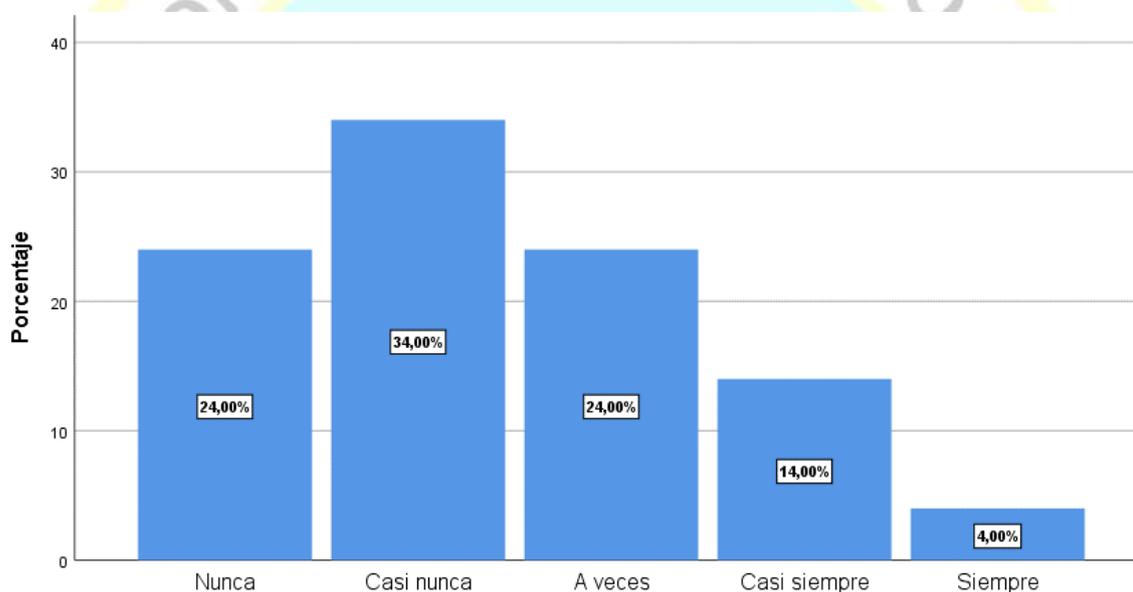


Figura 15. Compensación por buenos resultados.

Según la tabla y figura, el 24% reportaron que nunca sus jefes o superiores compensan sus buenos resultados, de la misma forma el otro 34% reportaron que casi nunca, 24% a veces, 14% casi siempre y para finalizar el restante con un 4% reportaron que siempre sus jefes o superiores compensan sus buenos resultados.

16. Me reúno con mis compañeros de trabajo para coordinar las tareas y actividades a realizar.

Tabla 16

Distribución y frecuencias de participación para coordinación de tareas y actividades

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	7	14%
	Casi nunca	20	40%
	A veces	19	38%
	Casi siempre	3	6%
	Siempre	1	2%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

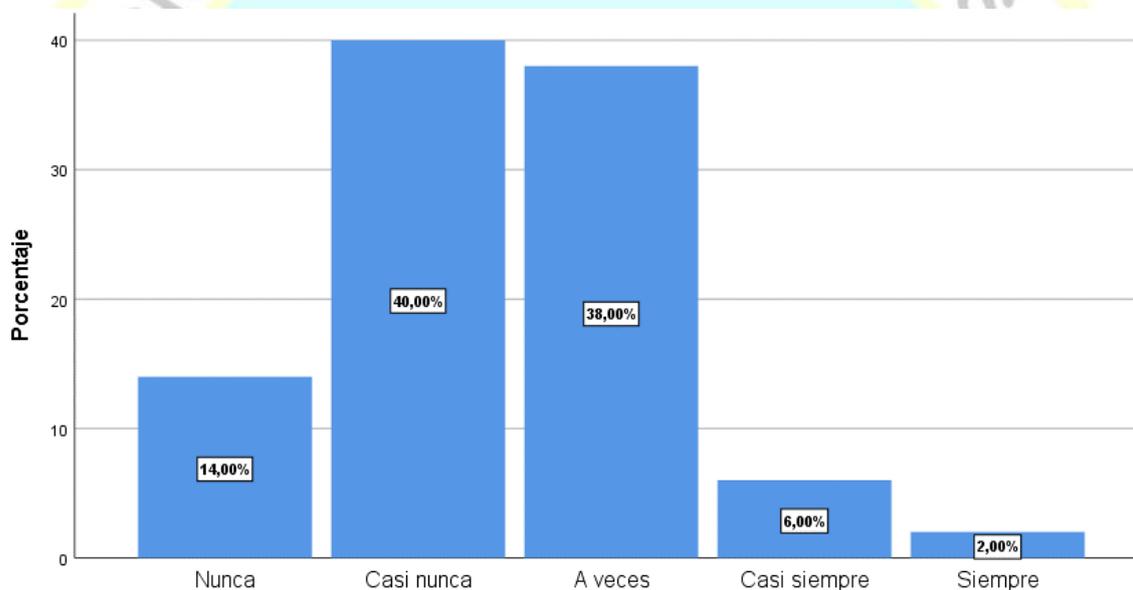


Figura 16. Participación para coordinación de tareas y actividades.

Según la tabla y figura, el 14% reportaron que nunca se reúnen con sus compañeros de trabajo para coordinar las tareas y actividades a realizar, de la misma forma el otro 40% reportaron que casi nunca, 38% a veces, 6% casi siempre y para finalizar el restante con un 2% reportaron que siempre se reúnen con sus compañeros de trabajo para coordinar las tareas y actividades a realizar.

17. Apoyo con la difusión de información entre las distintas áreas de la empresa para un mejor desarrollo de actividades.

Tabla 17

Distribución y frecuencias de apoyo con la difusión de información

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	5	10%
	Casi nunca	19	38%
	A veces	18	36%
	Casi siempre	6	12%
	Siempre	2	4%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

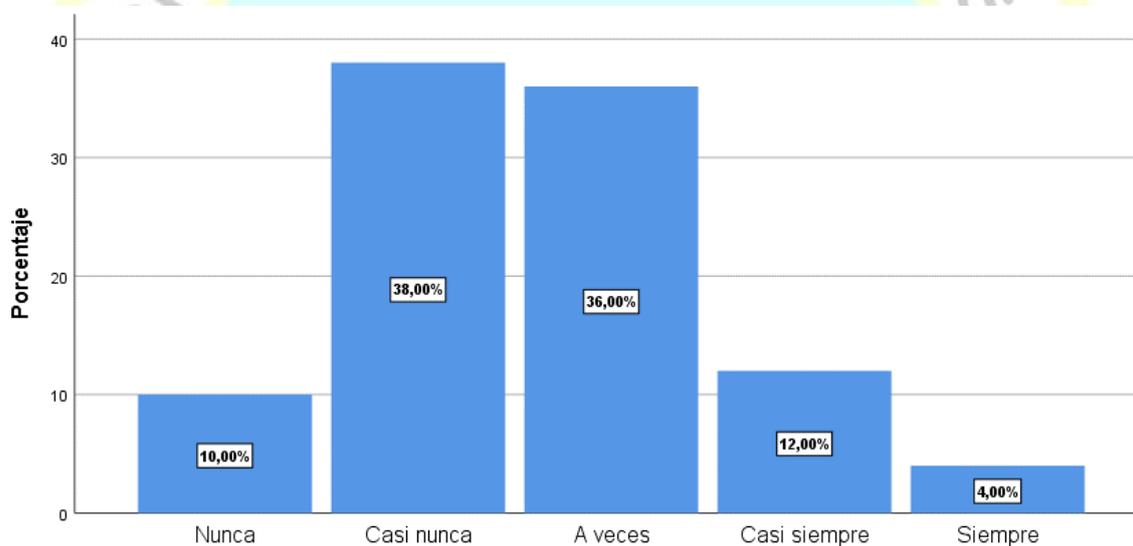


Figura 17. Apoyo con la difusión de información.

Según la tabla y figura, el 10% reportaron que nunca apoyan con la difusión de información entre las distintas áreas de la empresa para un mejor desarrollo de actividades, de la misma forma el otro 38% reportaron que casi nunca, 36% a veces, 12% casi siempre y para finalizar el restante con un 4% reportaron que siempre apoyan con la difusión de información entre las distintas áreas de la empresa para un mejor desarrollo de actividades.

18. Comparto información con mis compañeros para un mejor desarrollo de actividades laborales.

Tabla 18

Distribución y frecuencias cuando el comparten información entre compañeros

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	3	6%
	Casi nunca	17	34%
	A veces	19	38%
	Casi siempre	10	20%
	Siempre	1	2%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

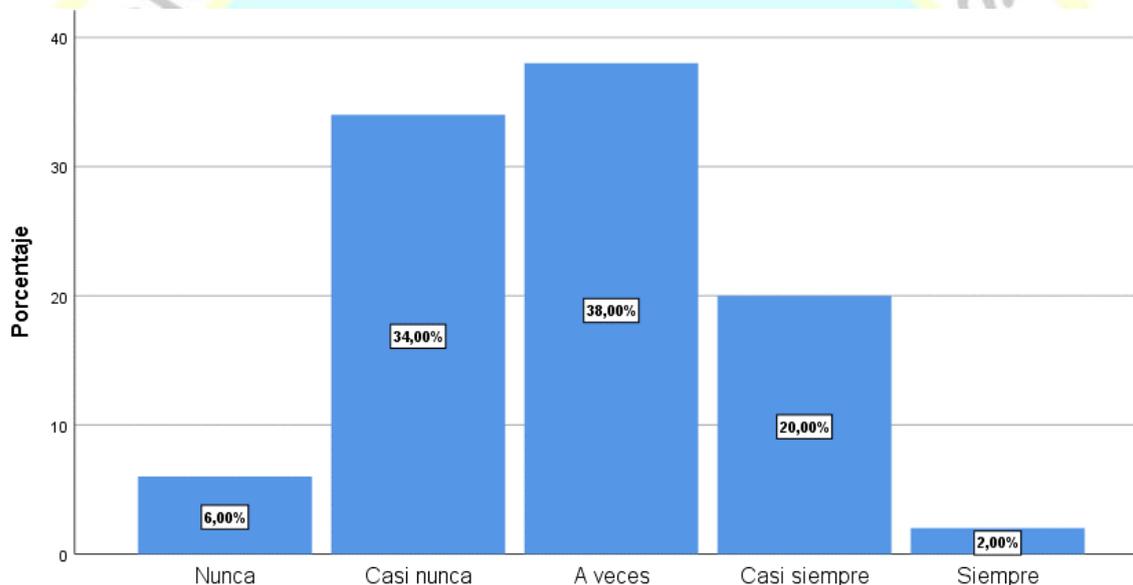


Figura 18. Comparten información entre compañeros.

Según la tabla y figura, el 6% reportaron que nunca comparten información con sus compañeros para un mejor desarrollo de actividades laborales, de la misma forma el otro 34% reportaron que casi nunca, 38% a veces, 20% casi siempre y para finalizar el restante con un 2% reportaron que siempre comparten información con sus compañeros para un mejor desarrollo de actividades laborales.

19. Mantengo buena relación laboral con mis compañeros de trabajo.

Tabla 19

Distribución y frecuencias de buena relación laboral con los compañeros de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	3	6%
	Casi nunca	14	28%
	A veces	19	38%
	Casi siempre	13	26%
	Siempre	1	2%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

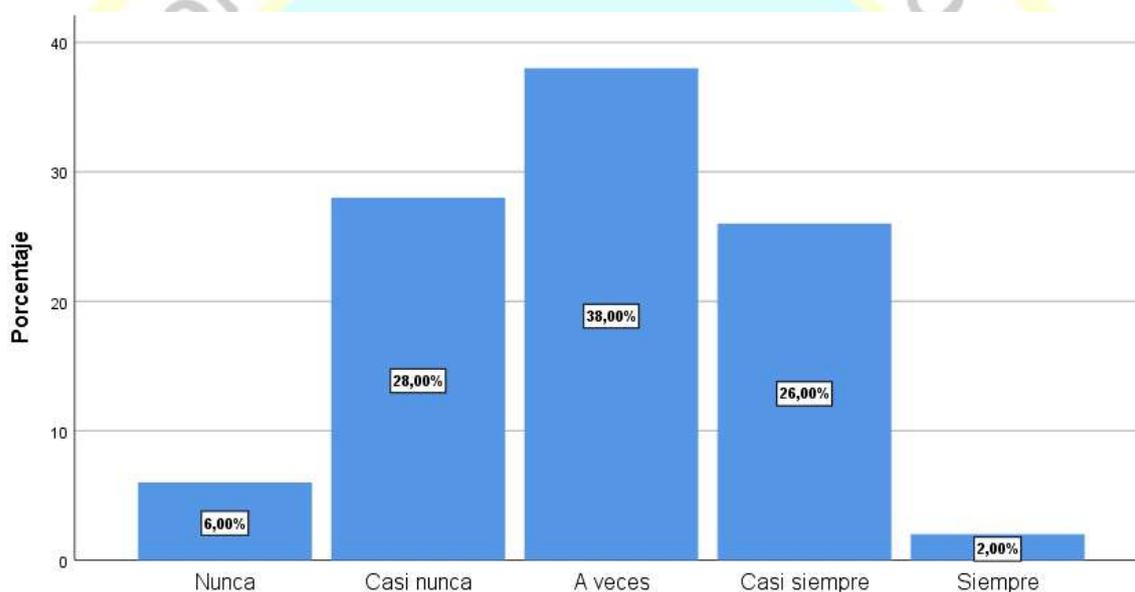


Figura 19. Buena relación laboral con los compañeros de trabajo.

Según la tabla y figura, el 6% reportaron que nunca mantienen buena relación laboral con sus compañeros de trabajo, de la misma forma el otro 28% reportaron que casi nunca, 38% a veces, 26% casi siempre y para finalizar el restante con un 2% reportaron que siempre comparten información con sus compañeros para un mejor desarrollo de actividades laborales.

20. Cuando sucede un conflicto entre compañeros de trabajo, me involucro y suelo ser parte de la solución.

Tabla 20

Distribución y frecuencias de acción de solución en un conflicto entre compañeros

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	5	10%
	Casi nunca	10	20%
	A veces	20	40%
	Casi siempre	9	18%
	Siempre	6	12%
	Total	50	100%

Nota: Test aplicado a los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

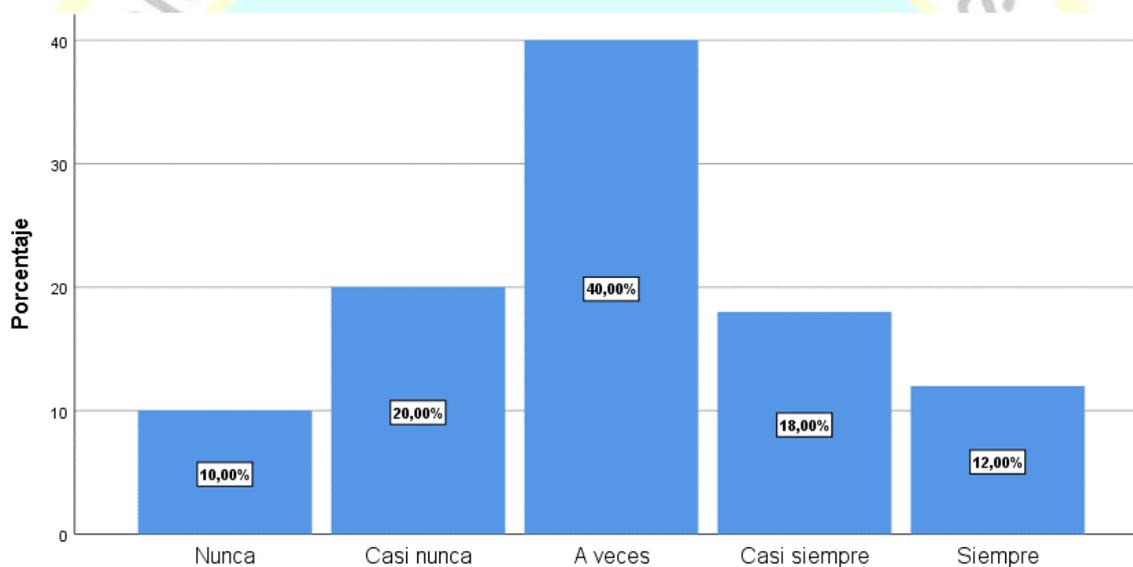


Figura 20. Acción de solución en un conflicto entre compañeros.

Según la tabla y figura, el 10% reportaron que nunca se involucran o suelen ser parte de la solución cuando sucede un conflicto entre compañeros de trabajo, de la misma forma el otro 20% reportaron que casi nunca, 40% a veces, 18% casi siempre y para finalizar el restante con un 12% reportaron que siempre se involucran o suelen ser parte de la solución cuando sucede un conflicto entre compañeros de trabajo.

4.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis estadística de investigación:

Hi: La comunicación interna que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 es deficiente.

Ho: La comunicación interna que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 no es deficiente.

Tabla 21

Percepción de la comunicación interna

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	22	44%
	Medio	22	44%
	Alto	6	12%
	Total	50	100%

Nota: Elaboración propia.

Según lo obtenido de los 50 colaboradores encuestados en la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., el 44% percibe un nivel bajo de comunicación interna, el otro 44% percibe un nivel medio de comunicación interna y el 12% restante percibe un nivel alto de comunicación interna. Por lo tanto, se valida la hipótesis de investigación y se descarta la hipótesis nula.

Hipótesis estadística específica 1:

Hi: La comunicación ascendente que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 es deficiente.

Ho: La comunicación ascendente que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 no es deficiente.

Tabla 22

Percepción de la comunicación interna ascendente

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	29	58%
	Medio	16	32%
	Alto	5	10%
	Total	50	100%

Nota: Elaboración propia.

Según lo obtenido de los 50 colaboradores encuestados se evidencia un resultado del 58% del nivel bajo de la percepción de la comunicación interna ascendente, el 32% reportaron un nivel medio de la percepción de la comunicación interna ascendente y el 10% reportaron un nivel alto referente a la percepción de la comunicación interna ascendente. Por lo tanto, se valida la hipótesis específica de investigación y se descarta la hipótesis nula.

Hipótesis estadística específica 2:

Hi: La comunicación descendente que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 es deficiente.

Ho: La comunicación descendente que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 no es deficiente.

Tabla 23

Percepción de la comunicación interna descendente

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	21	42%
	Medio	23	46%
	Alto	6	12%
	Total	50	100%

Nota: Elaboración propia.

Según lo obtenido de los 50 colaboradores encuestados se evidencia un resultado del 46% del nivel medio de la percepción de la comunicación interna descendente, el 42% reportaron un nivel bajo de la percepción de la comunicación interna descendente y el 12% reportaron un nivel alto referente a la percepción de la comunicación interna descendente. Por lo tanto, se entiende que se valida la hipótesis nula y se descarta la hipótesis de investigación.

Hipótesis estadística específica 3:

Hi: La comunicación horizontal que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 es regular.

Ho: La comunicación horizontal que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 no es regular.

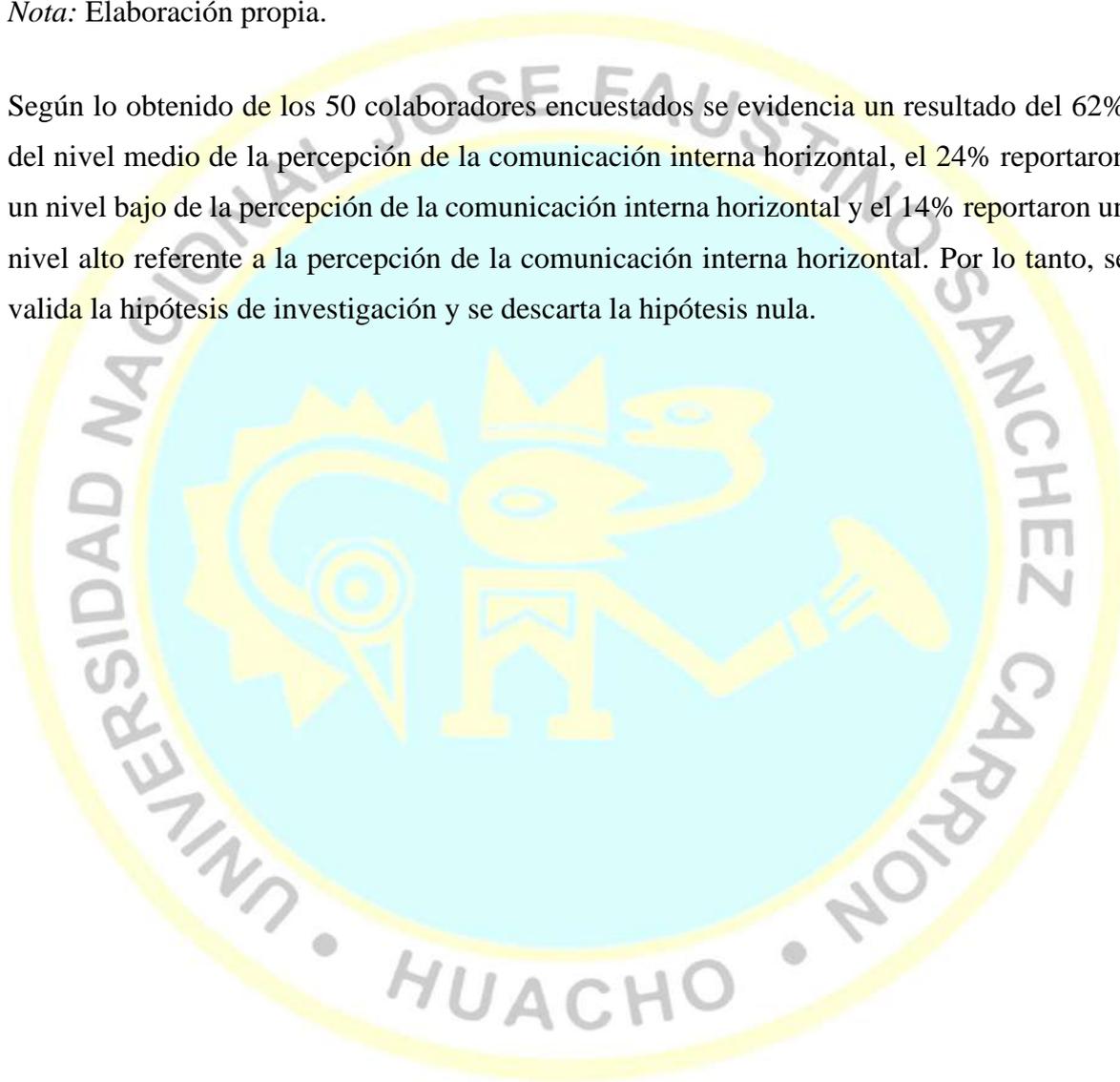
Tabla 24

Percepción de la comunicación interna horizontal

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	12	24%
	Medio	31	62%
	Alto	7	14%
	Total	50	100%

Nota: Elaboración propia.

Según lo obtenido de los 50 colaboradores encuestados se evidencia un resultado del 62% del nivel medio de la percepción de la comunicación interna horizontal, el 24% reportaron un nivel bajo de la percepción de la comunicación interna horizontal y el 14% reportaron un nivel alto referente a la percepción de la comunicación interna horizontal. Por lo tanto, se valida la hipótesis de investigación y se descarta la hipótesis nula.



Capítulo V DISCUSIÓN

5.1 Discusión

Este trabajo de investigación sostuvo como objetivo identificar la percepción de la comunicación interna de los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.

La tesis presentada mostró que, de los 50 colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., el 44% de los encuestados mostraron un nivel de percepción baja, lo cual refleja una deficiente comunicación interna en la empresa, puede verse afectada manifestando limitaciones en su comunicación entre su público interno y externo. Estos resultados son similares a Salas, C. & Salas, D. (2019) en su tesis Percepción de la comunicación interna en trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte, 2019, donde concluyeron que 132 trabajadores indicaron tener una percepción negativa concerniente a la comunicación interna y mencionan que la comunicación interna bien administrada posee un impacto positivo dentro del clima organizacional, aumentando el rendimiento de los colaboradores y el cumplimiento de los objetivos empresariales.

En la primera dimensión comunicación interna ascendente, se mostró que, de los 50 colaboradores, el 58% de los encuestados mostraron un nivel de percepción bajo, respondiendo a una comunicación interna ascendente deficiente, en las respuestas se puede interpretar que la falta de comunicación de los colaboradores hacia los jefes directos o de área no están siendo efectivos afectando así el proceso de comunicación, en la entrega de informes, asistencia a reuniones de sugerencias y las solicitudes de ayuda. Así mismo, existe una relación con Guzmán, E. (2020) en su tesis Empowerment y la comunicación interna en los trabajadores de la empresa Inmobiliaria y Constructora Arquines S.A.C., San Isidro, 2020, buscó innovar en herramientas para el proceso de comunicación, donde los colaboradores puedan empoderar sus acciones en sus labores y con ello además se pueda mejorar el ambiente laboral, su muestra fue censal y concluye que existe una relación importante entre sus variables que ayudarán consigo a una mejora de la comunicación ascendente y descendente.

En los resultados conseguidos de la dimensión comunicación interna descendente, el 46% de encuestados mostraron una escala de percepción medio de la comunicación interna descendente, tomando en consideración las respuestas de los participantes en la encuesta se

menciona un proceso comunicacional interno regular, no existen comunicados e instrucciones claras y directas y un sistema de evaluación en la gestión. Estos mismos resultados concuerdan con Pazmay, G. (2019) en su tesis Mejoramiento de comunicación interna en empresas de calzado en Tungurahua - Ecuador, donde concluye que la comunicación interna descendente es un proceso fundamental, un proceso de entrega de información, y requiere una intervención organizacional global para crear cambios permanentes en la comunicación.

Para culminar, con la dimensión comunicación interna horizontal, en la tesis demostró el 62% de los encuestados mostraron un nivel de percepción medio sobre la comunicación interna horizontal, lo cual nos demuestra que se tiene que valorar y reforzar dicha forma de comunicación interna regular por medio de intercambio de información pertinente, coordinación de tareas y una certera resolución de conflictos. Los resultados son concordantes con la investigación de Carhuamaca, H. & Meza, R. (2019) en su tesis Percepción de la comunicación interna en las municipalidades de Sapallanga y Pucará, concluyeron que en la comunicación interna en su dimensión horizontal se forma entre pares con el fin de aumentar la afinidad mutua, permitiendo así coordinar oportunidades para el intercambio de opiniones, lo que se refleja en el ambiente colaborativo, asegurando el trabajo en equipo, canales adecuados y comunicación activa.

Capítulo VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Primera:

La comunicación interna entre los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C. en el 2022, presentan un nivel de percepción deficiente, lo que demuestra que existe una mala gestión de comunicación dentro de la empresa y no permite fortalecer la imagen que tiene su público interno y externo sobre ella. Este aporte es validado según la base filosófica del Positivismo por ello, se debe elaborar estrategias para poder estudiarlas, interpretarlas y ejecutarlas, los resultados tienen relación con la corriente filosófica, esto demuestra la interdisciplinariedad con respecto a las Relaciones Públicas que se desarrolla en las Ciencias de la Comunicación.

Segunda:

Asimismo, la percepción que tienen los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C. en el 2022, respecto a la comunicación interna ascendente se concluyó un nivel de percepción deficiente, dando a relucir que no existe una buena comunicación de parte de los colaboradores hacia los jefes o superiores, teniendo en cuenta que las opiniones vertidas en los medios que se establecieron muchas veces no son tomadas en cuenta.

Tercera:

Por otra parte, la comunicación interna descendente que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C. en el 2022, se concluyó que presenta un nivel de percepción regular, siendo esto resultado de la presión que imponen los jefes inmediatos a la hora de delegar funciones y el cumplimiento de las mismas, pero esto no llega a ser un resultado óptimo porque no existe una comunicación fluida y clara con los colaboradores.

Cuarta:

Para finalizar, se concluye que la percepción de la comunicación interna horizontal entre los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C. en el 2022 es regular. En lo relacionado a las respuestas de los colaboradores podemos indicar que

existe una regular comunicación interna entre compañeros, pero no llega a ser el adecuado por la falta de planeamiento estratégico comunicacional en la empresa, presentando falencias que se podrían mejorar.

6.2 Recomendaciones

Primera:

En la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C. se presenta un nivel de percepción deficiente con inclinación a un declive, por ello, recomendamos, evaluar la implementación de un área o encargado que busque establecer mecanismos de gestión del talento humano de forma favorable entre áreas que conforman la empresa y realizar un plan de comunicación global que contenga las 3 dimensiones presentadas en este trabajo, que sirva de pauta a los colaboradores y donde se reflejen de forma clara los objetivos que tiene la empresa. Así mismo, realizar un seguimiento a la selección y captación de los colaboradores idóneos que sumen al surgimiento de lo antes mencionado y consolidar una buena imagen.

Segunda:

En la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C. se presenta un nivel de percepción deficiente con respecto a la comunicación interna ascendente. Por lo tanto, se recomienda que por parte de la jefatura se fomente una cultura de comunicación abierta en la empresa donde el fin sea brindar confianza a los colaboradores para que puedan emitir sus mensajes o comunicados sin temor alguno. Establecer canales de comunicación donde exista una retroalimentación en la que las opiniones puedan ser escuchadas y tomadas en cuenta. Considerando los canales de comunicación existentes como reuniones y solicitudes de apoyo.

Tercera:

En la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C. se presenta un nivel de percepción regular con respecto a comunicación interna descendente. Se sugiere que los encargados de cada área deben brindar información pertinente para lograr las competencias laborales de forma efectiva, desde la esencia como marca hasta las metas planteadas, establecer expectativas de trabajo e informar sobre cómo se va desarrollando el rendimiento laboral de cada persona y en conjunto, teniendo todo esto en cuenta, es recomendable otorgar reconocimientos a cada colaborador por la trayectoria y/o trabajo realizado.

Cuarta:

En la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C. se presenta un nivel de percepción regular con respecto a la comunicación interna horizontal. Sabiendo que las relaciones interpersonales favorecen la comunicación y empatía entre compañeros, se recomienda la elaboración de estrategias que tengan como finalidad mejorar el clima laboral y que estos sean basados en la búsqueda de la resolución de conflictos, compañerismo y trabajo en equipo. A este último podemos indicar que un punto clave sería realizar como mínimo una reunión semanal donde su finalidad sea fomentar un feedback entre todos los integrantes de la empresa.



REFERENCIAS

7.1 Fuentes documentales

- Arzamendia, F. (2022). *Nuevas propuestas de comunicación interna en el movimiento sindical argentino: El círculo sindical de la prensa y la comunicación de Córdoba (CISPREN)*. Universidad de Sevilla, Sevilla - España.
- Carhuamaca, H., & Meza, R. (2019). *Percepción de la comunicación interna en las municipalidades de Sapallanga y Pucará*. Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo - Perú.
- Guzmán, E. (2020). *Empowerment y la comunicación interna en los trabajadores de la empresa Inmobiliaria y Constructora Arquines S.A.C., San Isidro, 2020*. Universidad César Vallejo, Lima - Perú.
- Pazmay, G. (2019). Mejoramiento de comunicación interna en empresas de calzado en Tungurahua-Ecuador. *Podium (online)*(36). Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2588-09692019000100023&lng=es&nrm=iso. ISSN 2588-0969. <https://doi.org/10.31095/podium.2019.36.2>.
- Riascos, A., & Gallejo, A. (2020). *Diseño del plan de comunicación para el fortalecimiento de la comunicación interna en la fundación Cottolengo del Padre Ocampo. Municipio de Jamundí - Valle del Cauca - 2019*. Universidad Autónoma de Occidente., Santiago de Cali - Colombia.
- Salas, C., & Salas, D. (2019). *Percepción de la comunicación interna en trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte, 2019*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. , Huacho - Perú.
- Villanueva, E. (2017). *La comunicación interna como herramienta estratégica en la empresa: un análisis desde la gestión organizacional*. Bogotá.

7.2 Fuentes bibliográficas

Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación - Introducción a la metodología científica* (Sexta edición ed.). Caracas, Venezuela: EPISTEME.

Cañadas, I., & Sánchez, A. (1998). *Categorías de respuesta en escalas tipo Likert*. Universidad La Laguna. Asturias : Psicothema.

Carrasco, S. (2005). *Metodología de la investigación científica*. Lima, Perú: San Marcos.

Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos. El capital humano de la organizaciones* (Novena edición ed.). MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A.

De Castro, A. (2014). *Comunicación organizacional - Técnicas y estrategias*. Barranquilla: UNIVERSIDAD DEL NORTE.

Diez, S. (2006). *Técnicas de comunicación: la comunicación en la empresa*. Vigo, España: IDEAS PROPIAS EDITORIAL.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Quinta edición ed.). Distrito Federal, México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta edición ed.). Distrito Federal, México: Mc-GRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A.

Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional* (Décimotercera edición ed.). México: PEARSON Educación.

7.3 Fuentes hemerográficas

Charry, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *SCIELO - Perú*, 8. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682018000100003&script=sci_arttext

7.4 Fuentes electrónicas

Centro de competencia (CECO). (2016). *CECO*. Obtenido de Recuperado en el 2022:
<https://centrocompetencia.com/intercambio-de-informacion/>

Espínola, J. P. (29 de julio de 2022). *Concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/positivismo/>

Morales, F. (06 de agosto de 2020). *Informe*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/informe.html>



ANEXOS

01 MATRIZ DE CONSISTENCIA

“Comunicación interna en los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022”					
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><u>Problema general</u></p> <p>¿Cómo perciben la comunicación interna los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022?</p> <p><u>Problemas específicos</u></p> <p>¿Cómo perciben la comunicación ascendente los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022?</p> <p>¿Cómo perciben la comunicación descendente los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones</p>	<p><u>Objetivo general</u></p> <p>Identificar la percepción de la comunicación interna de los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.</p> <p><u>Objetivos específicos</u></p> <p>Identificar la percepción de la comunicación ascendente de los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.</p> <p>Identificar la percepción de la comunicación descendente de los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones</p>	<p><u>Hipótesis general</u></p> <p>La comunicación interna que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 es deficiente.</p> <p><u>Hipótesis específicas</u></p> <p>La comunicación ascendente que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 es deficiente.</p> <p>La comunicación descendente que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C.,</p>	<p>Variable: Comunicación interna</p> <p>Definición conceptual: La comunicación interna, es la encargada de potenciar el talento humano de las organizaciones; es decir el público interno, a tal punto de crear sinergia entre todas las áreas cumpliendo y alcanzando las metas y objetivos organizacionales; permitiendo establecer una buena comunicación, incentivando que los colaboradores desarrollen sentido de pertenencia. (Riascos & Gallego, 2020)</p>	<p>Dimensiones:</p> <p>a) Comunicación ascendente</p> <p>b) Comunicación descendente</p> <p>c) Comunicación horizontal</p> <p>Indicadores:</p> <p>a) Comunicación ascendente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informe de avances - Reuniones de sugerencias - Solicitudes de ayuda <p>b) Comunicación descendente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instrucciones - Comunicados - Evaluaciones <p>c) Comunicación horizontal</p>	<p>Población: La inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C. en el presente año, cuenta con una población total de 50 trabajadores.</p> <p>Muestra: Por ser exacta y pequeña no es necesario el cálculo de la muestra, por lo tanto, se considera muestra censal al 100% de la población.</p> <p>Tipo de investigación: básica.</p> <p>Nivel de investigación: descriptivo.</p> <p>Instrumento de recolección de datos: la encuesta teniendo</p>

<p>de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022?</p> <p>¿Cómo perciben la comunicación horizontal los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022?</p>	<p>de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.</p> <p>Identificar la percepción de la comunicación horizontal de los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022.</p>	<p>Huaral - 2022 es deficiente.</p> <p>La comunicación horizontal que perciben los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones de América de Sur S.A.C., Huaral - 2022 es regular.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Coordinación de tareas - Intercambio de información - Resolución de conflictos 	<p>de como instrumento el cuestionario, estructurado por 20 ítems.</p>
--	---	---	--	--	--



02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS

ENCUESTA SOBRE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LOS COLABORADORES DE LA INMOBILIARIA INVERSIONES DE AMÉRICA DE SUR S.A.C., HUARAL - 2022

ESTIMADO COLABORADOR: la presente encuesta tiene por objetivo recopilar información sobre la comunicación interna en los colaboradores de la inmobiliaria Inversiones De América De Sur S.A.C. 2022, en el distrito de Huaral, provincia de Huaral, departamento de Lima.

Tus respuestas son completamente confidenciales.

Los resultados servirán para mejorar la comunicación interna en tu centro de trabajo.

Por favor, responder con sinceridad.

Escriba con una (X) en el casillero según la alternativa, considerando la siguiente escala:

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

	ÍTEM	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
1. COMUNICACIÓN INTERNA ASCENDENTE						
A. INFORMES						
1	Realizo informes de trabajo dirigidos a mis jefes o superiores.					
2	Informo a mis jefes o superiores las oportunidades y amenazas que existen en el entorno de mi trabajo.					
B. REUNIONES DE SUGERENCIAS						
3	Participo de forma activa con comentarios y propuestas para una mejora en los resultados del trabajo.					
4	Mis opiniones y sugerencias son bien recibida por mis superiores.					
C. SOLICITUDES DE AYUDA						
5	Tengo la libertad de pedir apoyo a mis jefes o superiores.					

6	Mi solicitud de apoyo es atendida de manera inmediata.					
7	Mi solicitud de apoyo es atendida cuando los jefes o superiores disponen de tiempo.					
2. COMUNICACIÓN INTERNA DESCENDENTE						
D. INSTRUCCIONES						
8	Recibo instrucciones claras por parte de mi jefe.					
9	Las instrucciones brindadas por mis jefes o superiores cumplen con el buen trato.					
10	Las instrucciones brindadas por mis jefes o superiores son agresivas o amenazadoras.					
E. COMUNICADOS						
11	Participo en reuniones semanales donde me comunican las tareas a realizar.					
12	Los jefes o superiores me comunican los resultados y objetivos alcanzados y/o planes de mejora.					
13	Recibo información permanente de parte de mis jefes o superiores.					
F. EVALUACIONES						
14	Soy evaluado de acuerdo con mi desempeño laboral.					
15	Mis jefes o superiores compensan mis buenos resultados.					
3. COMUNICACIÓN INTERNA HORIZONTAL						
G. COORDINACIÓN DE TAREAS						
16	Me reúno con mis compañeros de trabajo para coordinar las tareas y actividades a realizar.					
17	Apoyo con la difusión de información entre las distintas áreas de la empresa para un mejor desarrollo de actividades.					
H. INTERCAMBIO DE IDEAS						

18	Comparto información con mis compañeros para un mejor desarrollo de actividades laborales.					
I. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS						
19	Mantengo buena relación laboral con mis compañeros de trabajo.					
20	Cuando sucede un conflicto entre compañeros de trabajo, me involucro y suelo ser parte de la solución.					



03 TRABAJO ESTADÍSTICO DESARROLLADO

SPSS PARTE 1.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 20 de 20 variables

	D1IP01	D1IP02	D1RP03	D1RP04	D1SP05	D1SP06	D1SP07	D2IP08	D2IP09	D2IP10	D2CP11	D2CP12	D2CP13	D2EP14	D2EP15	D3CP16	D3CP17	D3
1	2	3	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	2	4	
2	3	2	3	2	2	3	4	3	2	4	4	3	2	2	3	3	3	
3	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	1	3	1	2	3	2	
4	1	1	3	1	3	1	1	2	1	6	1	1	1	2	1	3	1	
5	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	
6	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
7	4	4	5	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	
8	2	2	1	3	3	2	4	3	2	4	2	3	2	2	1	2	3	
9	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
10	2	2	3	5	3	2	4	1	3	3	3	2	2	3	3	2	2	
11	3	3	2	1	2	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2	3	2	
12	1	1	2	4	4	3	3	4	4	1	3	4	4	5	5	3	4	
13	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	2	2	2	
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
15	5	5	5	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
16	4	5	4	5	5	3	3	4	4	2	6	4	3	5	3	3	6	
17	3	3	4	4	3	4	4	5	5	2	4	5	3	3	4	3	3	
18	2	3	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	3	3	
19	4	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	4	
20	3	5	5	5	5	5	5	5	4	1	4	4	3	4	4	4	4	
21	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	2	2	3	
22	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	
23	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	4	2	2	2	

Vista de datos Vista de variables



SPSS PARTE 1.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 20 de 20 variables

	D1IP01	D1IP02	D1RP03	D1RP04	D1SP05	D1SP06	D1SP07	D2IP08	D2IP09	D2IP10	D2CP11	D2CP12	D2CP13	D2EP14	D2EP15	D3CP16	D3CP17	D3
28	1	1	2	1	1	1	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	
29	2	2	2	2	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	
30	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
31	1	2	1	2	1	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	
32	3	3	4	3	3	2	2	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	
33	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	5	2	2	2	2	
34	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	4	2	3	2	
35	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	4	3	2	3	
36	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	
37	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	
38	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	3	3	
39	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	
40	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	
41	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	
42	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
43	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
45	2	1	3	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	
46	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	2	3	3	2	2	3	
47	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	4	2	2	2	
48	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	4	2	3	3	
49	2	3	1	3	1	1	5	2	2	4	2	3	3	1	1	3	3	
50	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	4	3	1	2	

Vista de datos Vista de variables

04 CAPTURAS DE PANTALLA

