

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

TÍTULO DE LA TESIS

**COMUNICACIÓN INTERNA ENTRE LOS
TRABAJADORES DE LA COOPERATIVA APROPAL,
SAN MARTÍN - 2022**

AUTOR: Bach. Tito Chavez Cruz

ASESOR: Mg. Carol Margarita Timoteo Placido

Registro: ()

CHACHAPOYAS - PERÚ

2023

Autorización de Publicación de la Tesis en el Repositorio Institucional de la UNTRM



ANEXO 3-H

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM

1. Datos de autor 1

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): Chavez Cruz Tito
DNI N°: 74539062
Correo electrónico: 7453906271@untrm.edu.pe
Facultad: Educación y Ciencias de la Comunicación
Escuela Profesional: Ciencias de la Comunicación.

Datos de autor 2

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): _____
DNI N°: _____
Correo electrónico: _____
Facultad: _____
Escuela Profesional: _____

2. Título de la tesis para obtener el Título Profesional

Comunicación interna entre los trabajadores de la Cooperativa Apropal, San Martín, 2022.

3. Datos de asesor 1

Apellidos y nombres: Timoteo Plácido Carol Margarita.
DNI, Pasaporte, C.E N°: 45082129
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>) https://orcid.org/000-003-1185-1516

Datos de asesor 2

Apellidos y nombres: _____
DNI, Pasaporte, C.E N°: _____
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>) _____

4. Campo del conocimiento según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos- OCDE (ejemplo: Ciencias médicas, Ciencias de la Salud-Medicina básica-Immunología)

https://catalogos.concytec.gob.pe/vocabulario/ocde_ford.html
5.00.00 -- Ciencias Sociales 5.08.00 -- Comunicación, Medios de comunicación
5.08.04 -- Medias de Comunicación, Comunicación socio-cultural

5. Originalidad del Trabajo

Con la presentación de esta ficha, el(la) autor(a) o autores(as) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas en las citas que se destacan como tal.

6. Autorización de publicación

El(los) titular(es) de los derechos de autor otorga a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM), la autorización para la publicación del documento indicado en el punto 2, bajo la *Licencia creative commons* de tipo BY-NC: Licencia que permite distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial por lo que la Universidad deberá publicar la obra poniéndola en acceso libre en el repositorio institucional de la UNTRM y a su vez en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación-RENATI, dejando constancia que el archivo digital que se está entregando, contiene la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador.

Chachapoyas, 06 de diciembre de 2023

Firma del autor 1

Firma del Asesor 1

Firma del autor 2

Firma del Asesor 2

Dedicatoria

Esta tesis no solo es el resultado de mi esfuerzo, sino también del aliento y confianza que me han brindado en cada paso del camino por eso se las quiero dedicar en primer lugar. A mis queridos padres, su guía y sacrificio han sido mi mayor inspiración. Gracias por estar siempre a mi lado, impulsándome a alcanzar mis sueños y celebrando cada logro con orgullo. A mi familia, su cariño y comprensión han sido un bálsamo en momentos de desafíos. Su presencia ha sido el pilar que me ha sostenido y animado a seguir adelante. A mis apreciados amigos, sus risas y momentos compartidos han hecho que este trayecto sea aún más especial. Gracias por celebrar mis triunfos y brindarme su apoyo incondicional. A todos ustedes, mi círculo de apoyo, les dedico este logro con gratitud y cariño. Su presencia en mi vida ha hecho una diferencia significativa, y sin duda, cada paso dado en esta tesis ha sido con la certeza de contar con su respaldo.

Agradecimiento

Estimada Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, A través de estas líneas, deseo expresar mi sincero agradecimiento a esta prestigiosa institución por brindarme la oportunidad de desarrollarme académicamente y completar mi tesis. Durante mi tiempo en esta universidad, he recibido una educación de calidad y he sido inspirado por excelentes profesores y profesionales dedicados, cuyo conocimiento y orientación han sido fundamentales para mi formación. Agradezco a cada miembro del cuerpo docente y administrativo por su compromiso y apoyo en cada paso de mi camino académico. Su paciencia y disposición para compartir su sabiduría han sido invaluable. Asimismo, quiero expresar mi gratitud a mis compañeros de clase, quienes han enriquecido mi experiencia universitaria con su amistad, colaboración y camaradería.

Autoridades de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

Ph.D. Jorge Luis Maicelo Quintana

Rector

Dr. Oscar Andrés Gamarra Torres

Vicerrector Académico

Dra. María Nelly Luján Espinoza

Vicerrectora de Investigación

Dr. Linder Cruz Rojas Gómez

Decano de la Facultad Educación y Ciencias de la Comunicación

Visto Bueno del Asesor de la Tesis



ANEXO 3-L

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM ()/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Comunicación interna entre los trabajadores de la Cooperativa. Apropal, San Martín, 2022.

del egresado Tito Chavez Cruz
de la Facultad de Educación y Ciencias de la comunicación.
Escuela Profesional de Ciencias de la comunicación.
de esta Casa Superior de Estudios.

El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.



Chachapoyas, 15 de Agosto de 2023

J. M. Placido

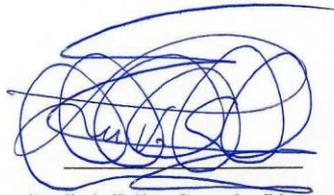
Cord Margarita Timoteo Placido

Firma y nombre completo del Asesor

Jurado Evaluador de la Tesis



Dra. Jessica Noemi Rojas Paico
Presidente



Dr. Luis Felipe Gonzales Llontop
Secretario



Dra. Milena Leticia Weepiu Samekash
Vocal

Constancia de Originalidad de la Tesis



ANEXO 3-Q

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

Comunicación interna entre los trabajadores de la cooperativa
Apropal, San Martín - 2022.

presentada por el estudiante () / egresado (X) Tito Chavez Cruz

de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

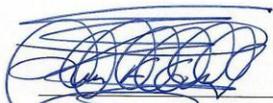
con correo electrónico institucional 7453906271@untrm.edu.pe

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- La citada Tesis tiene 17 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (X) / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 06 de diciembre del 2023


SECRETARIO


PRESIDENTE


VOCAL

OBSERVACIONES:

.....
.....

Acta de Sustentación de la Tesis



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-5

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 06 de diciembre del año 2023, siendo las 11:10 horas, el aspirante: Tito Chavez Cruz, asesorado por Mg. Carol Margarita Timoteo Placido defiende en sesión pública presencial () / a distancia () la Tesis titulada: Comunicación interna entre los trabajadores de la Cooperativa Apropal, San Martín - 2022., para obtener el Título Profesional de licenciado en Ciencias de la Comunicación a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Jessica Noani Rojas Paico
Secretario: Luis Felipe Gonzales Montop
Vocal: Milena Leticia Weegiv Samekash

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.



Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado () por Unanimidad () / Mayoría () Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 12:03 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

Índice

Autorización de la Publicacion de la Tesis en el Repositorio Institucional de la UNTRM	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Autoridades de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez De Mendoza De Amazonas.	v
Visto Bueno del Asesor de la Tesis	vi
Jurado Evaluador de la Tesis	vii
Constancia de Originalidad de la Tesis	viii
Acta de Sustentación de la Tesis	ix
Índice	x
Índice de Tablas	xi
Índice de Figura	xii
Resumen	xiii
Abstrect	xiv
I. INTRODUCCIÓN	15
II. MATERIAL Y MÉTODOS	29
III. RESULTADOS	30
IV. DISCUSIÓN	33
V. CONCLUSIONES	36
VI. RECOMENDACIONES	37
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39
ANEXOS	43

Índice de Tablas

Tabla 1. Cronograma	29
Tabla 2. Comunicación Interna	30
Tabla 3. Dimensiones de la variable Comunicación Interna	31

Índice de Figura

Figura 1.	Comunicación Interna	30
Figura 2.	Dimensiones de la variable Comunicación Interna	31

Resumen

En el siguiente estudio, se investigó la "Comunicación interna entre los trabajadores de la Cooperativa APROPAL, San Martín – 2022", con el objetivo general de determinar la relación existente entre la comunicación interna de los trabajadores. La muestra de estudio estuvo compuesta por el 100% de los trabajadores. La metodología aplicada se enmarcó en un enfoque descriptivo-no experimental, donde se eligió un cuestionario como el instrumento principal para recopilar los datos necesarios. Los resultados estadísticos en la parte descriptiva, analizó todas las dimensiones de la Variable Comunicación Interna, en la cual se evidencia que el que tiene un nivel alto (4) es la dimensión mensaje, (3) de comunicación interna, coordinación, desempeño y participación. (2) Motivación y (1) Contribución y Confianza. Nivel bajo (4) Satisfacción (3) Contribución y Desempeño. (2) Motivación y (1) Coordinación y Confianza. Estos resultados indican que existen dimensiones que se tienen que seguir trabajando por que sus resultados indican niveles bajos, por ejemplo, el de Contribución, Confianza, Comunicación interna, Motivación como puntos que se tienen que atender los resultados de la parte estadística descriptiva con respecto a la variable Comunicación interna, indica que en la muestra total evaluada que son 37, existe un nivel alto de 20, bajo de 16 y Nulo 1. Esto indica que, aunque hay un nivel de más de la mitad de la muestra que tiene un nivel alto, existe casi un 40% que aún les falta consolidar la Comunicación interna en la empresa.

Palabras clave: Comunicación interna, mensaje, coordinación, desempeño y participación.

Abstract

In the following study, "Internal communication among the workers of the APROPAL Cooperative, San Martín - 2022" was investigated, with the general objective of determining the relationship between the internal communication of the workers. The study sample was made up of 100% of the workers. The applied methodology was framed in a descriptive-non-experimental approach, where a questionnaire was chosen as the main instrument to collect the necessary data. The statistical results in the descriptive part analyzed all the dimensions of the Internal Communication Variable, in which it is evident that the one with a high level (4) is the message dimension, (3) internal communication, coordination, performance and participation. (2) Motivation and (1) Contribution and Confidence. Low level (4) Satisfaction (3) Contribution and Performance. (2) Motivation and (1) Coordination and Confidence. These results indicate that there are dimensions that must continue to be worked on because their results indicate low levels, for example, Contribution, Trust, Internal Communication, Motivation as points that must be addressed in the results of the descriptive statistical part with respect to The Internal Communication variable indicates that in the total sample evaluated, which is 37, there is a high level of 20, a low level of 16 and Null 1. This indicates that, although there is a level of more than half of the sample that has a level high, there is almost 40% who still need to consolidate internal Communication in the company.

Keywords: Internal communication, message, coordination, performance and participation.

I. INTRODUCCIÓN

La comunicación interna en el entorno organizacional es un factor clave que influye significativamente en el desarrollo y éxito de las empresas. En el ámbito laboral, una comunicación efectiva entre los miembros del equipo y la organización promueve la comprensión, la colaboración y el fortalecimiento de la información, facilitando el logro de los objetivos estratégicos y fomentando un ambiente laboral satisfactorio. En este contexto, esta investigación tiene como objetivo determinar la relación existente entre la comunicación interna de los trabajadores y la Cooperativa APROPAL en la región de San Martín durante el año 2022. La Cooperativa APROPAL, como entidad emblemática de la zona, enfrenta el desafío de mantener una comunicación fluida y eficaz entre sus colaboradores para garantizar su desarrollo y crecimiento sostenible. En este mismo hilo argumental, resulta relevante considerar investigaciones previas relacionadas con la comunicación interna en organizaciones similares. Rodríguez (2018) ha explorado la relación entre comunicación interna y cultura organizacional en una universidad, mientras que Álvarez (2020) se ha enfocado en el fortalecimiento de la imagen corporativa mediante un plan de comunicaciones en una empresa específica. Dichas investigaciones aportan fundamentos teóricos y experiencias prácticas que enriquecen la comprensión de la comunicación interna en el contexto de la Cooperativa APROPAL. Asimismo, estudios realizados por García (2018) sobre la percepción de los comunicadores sobre el aporte de la comunicación interna en organizaciones privadas, Arias (2019) sobre la relación entre comunicación interna e imagen corporativa en una empresa de alimentos, y Ramos (2018) sobre la relación entre comunicación interna e identidad corporativa en una empresa específica, ofrecen perspectivas valiosas que ayudarán a contextualizar y enriquecer el análisis de la siguiente investigación. Con el propósito de contribuir al conocimiento y desarrollo de la comunicación interna en la Cooperativa APROPAL, se espera que esta investigación proporcione recomendaciones y estrategias para fortalecer la comunicación interna y, en consecuencia, mejorar la calidad de las relaciones laborales, la productividad y la satisfacción de los trabajadores. Además, se busca aportar al cuerpo de conocimiento académico y profesional en el campo de la comunicación organizacional. En este sentido, esta investigación se propone como un esfuerzo para comprender y valorar la importancia de una comunicación interna efectiva y su impacto en el entorno laboral de la Cooperativa APROPAL en San Martín durante el año 2022.

Título

Comunicación interna entre los trabajadores de la cooperativa Apropal, San Martín – 2022.

Problema de investigación

¿Cuál es la importancia de la comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín en el 2022?

Objetivos**Objetivo general**

Establecer cuál es importancia de la comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín.

Objetivos específicos

Conocer la importancia de la dimensión Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín.

Analizar la importancia de la dimensión Coordinación en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín.

Determinar la importancia de la dimensión Mensaje en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín.

Indagar la importancia de la dimensión Contribución en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín.

Determinar la importancia de la dimensión Confianza en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín.

Identificar la importancia de la dimensión Desempeño laboral en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín.

Investigar la importancia de la dimensión Motivación en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín.

Analizar la importancia de la dimensión Participación del empleado en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín.

Conocer la importancia de la dimensión Satisfacción laboral en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín.

Antecedentes de la investigación

A nivel internacional

Rodríguez (2018) en su proyecto de investigación presentada en Guayaquil, en el 2018, denominado “Relación interna entre comunicación interna y cultura organizacional de su personal administrativo de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil” ha logrado determinar la relación existente comunicación interna y cultura organizacional de su personal administrativo de dicha casa universitaria, teniendo como periodo referente el segundo semestre del año 2017. De esta forma estableció el tipo de metodología aplicada, de nivel exploratorio, descriptivas, correlacionales y explicativas; haciendo uso de la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento, siendo el método de recolección de información con un enfoque cuantitativo, aplicando una muestra a 213 trabajadores elegidos de forma aleatoria en las diferentes áreas de trabajo. Al finalizar la investigación obtuvieron como resultados la demostración de la teoría implementada cuyo tema central “Comunicación interna de la Universidad como objeto de estudio, influye a favor en la cultura organizacional de su personal administrativo” determinando que existe una efectiva comunicación de calidad como resultado es de gran valía para el desarrollo cultural y que fortalece las relaciones humanas. Conclusión: en el análisis mencionado se pudo observar que, si se aplican los tres puntos estratégicos sin interrumpir y de una manera favorable se puede conseguir una mayor combinación operacional, comunicacional y aumentar el deseo de que los grupos de trabajo sean integrantes como equipos de trabajo. Aporte: es de vital importancia profundizar más en el tema antes mencionado, ya que ello permitirá un mayor desarrollo a nivel profesional y laboral, por lo tanto, dicho analizas se tomará como case para la defensa de este trabajo.

Álvarez (2020) en su trabajo de investigación sobre la implementación de plan de comunicaciones presentada por el IMEBU, cuyo principal objetivo fue fortalecer su imagen corporativa en sus trabajadores. Para ello, realizó una investigación con enfoque cuantitativo aplicada con un diseño no experimental, realizado a sus mismos trabajadores. Asimismo, gracias a la implementación del plan de comunicaciones del IMEBU, se logró la mejora de la imagen corporativa con el propósito de estar de acuerdo con las metas de posicionamiento de forma eficiente en las redes sociales, alcanzando un alto grado de reputación, confiabilidad y alcance visual por la comunidad online.

Díaz (2017) afirma en su trabajo de investigación sobre la presencia del campo de la comunicación y la implementación del sistema de gestión e innovación UTILITIES-

EPM-ISA-IMAGEN que de acuerdo al planteamiento teórico y el análisis elaborado en este estudio para UTILITIES-EPM-ISA E IMAGEN, el objetivo es precisar la capacidad de actuación en el espacio de la comunicación con un método de investigación cualitativo, donde se obtienen tres ventajas basadas en el proceso general de innovación como modelo puntual para crear un punto de partida del mismo sistema de gestión abierto, concluyen por qué las empresas plantean estrategias basadas en la competitividad en relación a las innovaciones y priorizan la implementación de un plan de comunicación de mediano y largo plazo, que permite mantener la gestión de la innovación como una herramienta racional en todos los niveles de la organización. A través de una comunicación paralela que permita a las empresas implementar la intervención cultural cuando sea necesario, proponer un plan de trabajo de gestión del cambio que combine campañas con estrategias de comunicación para crear los comportamientos deseados.

A nivel nacional

García (2018) en su disertación “La comunicación interna y el efecto de los factores relacionados” realizada en organizaciones privadas de la ciudad de Lima en el año 2017, para la Maestría en Comunicación. Determinar la percepción de los comunicadores sobre el nivel de evaluación del aporte de la comunicación interna en cinco organizaciones privadas de la capital del Perú, en el año 2017. La metodología del presente estudio fue nivel: descriptivo y exploratorio, diseño no experimental. Técnica: entrevista y aplicación a 86 líderes de la Asociación Peruana de Comunicadores Internos (APECI). Instrumento: entrevistas semiestructuradas. En el proceso de información se utilizó una encuesta, durante la cual se recogieron valoraciones generales de los informantes sobre su trabajo y se identificaron tendencias. Resultados: todos los colaboradores que participaron en el sondeo fueron mujeres de las que un 80% están entre las edades de 30 y 50 años un segundo grupo está entre los 20 y 30 años. Se conoció que un 60% de las encuestadas eran profesionales en el área de comunicación, pero un 20% se había formado en el área de la psicología y un grupo minoritario es decir el 10% en el área de administración. En esta investigación se llegó a la conclusión que el sondeo realizado en el área empresarial antes mencionadas se encontró la existencia de coparticipantes quienes perciben una baja estimación en el valor de la comunicación interna, asimismo, que existe un 20% de colaboradores en el área comunicacional que no se siente valorado en su función laboral. Aporte: la comunicación interna no solo les permite a las empresas apuntar hacia el desarrollo empresarial y laboral, sino que va de las manos con el desarrollo de sus

colaboradores por lo tanto el presente argumento queda como base de discusión para este trabajo.

Para Arias (2017) en su investigación presentada para la obtención de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, por la Universidad San Martín de Porres (USMP), con el título “La comunicación interna de la empresa Ripley alimentos e imagen corporativa”, cuyo objetivo es identificar la relación entre la comunicación interna de la empresa Ripley alimentos e imagen corporativa. Para ello se efectuó una investigación de tipo correlacional con diseño descriptivo – no experimental. Asimismo, se trabajó con un enfoque cuantitativo y técnica: encuesta, aplicando a 70 operarios, mediante un cuestionario. Los resultados para el instrumento de comunicación interna fueron 0,899 y los resultados de imagen corporativa son 0,897. Teniendo como conclusión que un 48.60% nota un nivel invariable, por otro lado, el 48.60% nota que los niveles son altos por último el área corporativa que está compuesta por 1.40% de los trabajadores notan que el nivel es deficiente el 57.30% nota que es regular por último el 41.30% nota que los niveles son altos. El estudio analizado hace patente lo imperativo que es la buena comunicación en toda relación humana y como es el caso del estudio, en el ámbito laboral y es por este motivo que este análisis quedará como base para la defensa del presente este trabajo.

Ramos (2018) en su trabajo de investigación, presentada en la Universidad San Martín de Porres (USMP) titulada “Relación entre comunicación interna e identidad corporativa de la empresa RAIZZA Perú S.A.C. en el año 2018, para lograr el título de licenciada en Ciencias de la Comunicación, teniendo como objetivo principal determinar la relación entre comunicación interna e identidad corporativa de la empresa RAIZZA Perú S.A.C. La investigación se realizó a través del enfoque descriptivo – correlacional, no experimental de corte transversal, así como también se utilizó la técnica encuesta, con una muestra a públicos internos de la empresa RAIZZA Perú S.A.C. de 50 unidades de análisis a través de un cuestionario. En efecto el resultado fue positivo, demostrando que existe una efectiva e importante conexión entre comunicación interna e identidad corporativa ($r=0.570$ y $p<0.05$). Finalmente concluye que existe una importante analogía positiva con la comunicación interna de la empresa RAIZZA Perú S.A.C. por lo tanto a nivel interno, toda actividad que se ejecuta incrementa de manera positiva la identidad corporativa.

Morrejón (2019), en su trabajo de investigación titulado Estrategia de comunicación interna para el desarrollo organizacional de DOLE, 2018, en el departamento de Piura, planteó que la comunicación organizacional de DOLE. El objetivo es dar a conocer la estrategia de comunicación interna que promueve el desarrollo organizacional de DOLE corporation, por ello se realizó un estudio no experimental con un total de 433 colaboradores con una muestra aleatoria probabilística de 204 colaboradores. La investigación lo demuestra y considera a este aspecto con la falta de comunicación dentro de la organización afecta la gestión empresarial; asimismo, este afecta la baja productividad y las actitudes de los empleados. Muchos empleados saben muy poco sobre los métodos de comunicación de la empresa, esto significa que la comunicación organizacional no cumple con las funciones pertinentes; y los resultados obtenidos por ellos muestran que la comunicación interna influye fuertemente en el desarrollo de la organización corporativa DOLE, y concluyen del problema identificado que es necesario plantear estrategias de comunicación interna entre los talentos humanos para desarrollar la organización Corporativa DOLE.

En su estudio Dirección estratégica y desarrollo organizacional en la empresa financiera Confianza, Santa Anita, 2018, Ruiz (2018) muestra el resultado de una relación muy positiva entre la dirección estratégica y el desarrollo organizacional. El estudio es aplicado, transversal y comparativo, y tiene como objetivo conocer la relación entre la dirección estratégica y el desarrollo organizacional en la empresa financiera Confianza, Santa Anita, 2018, donde se reconoce el desarrollo organizacional es importante para crear ventajas competitivas en frente de la empresa.

Jiménez (2016) en su estudio “El efecto de la comunicación organizacional y la capacitación en el personal administrativo de la Dirección Regional de Salud, Arequipa 2014”, el cual tiene como objetivo conocer cómo la comunicación organizacional incide en diferentes procesos de formación en el ámbito de la gestión de recursos humanos. La Secretaría de Salud de Arequipa también dice que a través de la comunicación las personas pueden organizarse, definir sus metas, completar tareas, compartir ideas, tomar decisiones, resolver problemas y generar cambios. Este estudio utilizó un enfoque cuantitativo no experimental. Luego de una propuesta profesional, se descubrió que la Dirección Regional de Salud de Arequipa, no cuenta con un plan de adecuado para la capacitación que se brinda. Finalmente, se concluye que la comunicación organizacional influye en el diseño de los cursos de formación.

Local

En el proyecto de investigación de López (2018) “Propuesta de control interno basado en el modelo COSO para optimizar la gestión en las unidades productivas en la parte Nor Oriente peruano en el 2017”, se presentó la tesis para el título profesional de contador en la Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, con el objetivo de describir la gestión de la producción e identificar las partes del modelo COSO que permitan proponer controles internos para mejorar la gestión de las unidades productivas ubicadas en la zona Nor oriental de la Selva. Para ello se utilizó una metodología descriptiva-objetiva aplicada con un enfoque cuantitativo, no experimental. Asimismo, se utilizó la técnica: encuesta, a una muestra de nueve personas que trabajan y que han trabajado en unidades productivas, mediante un cuestionario. Para el proceso de datos, se usó la técnica documental, observación, análisis, síntesis y campo. Finalmente, concluye que, si existe grandes debilidades en cuanto al manejo del control interno de parte del personal a cargo de las áreas de turno, errores que caen sobre los directivos de la zona. Asimismo, se pudo observar que existen colaboradores que no están en la capacidad de ocupar cargos productivos ya que no cuentan con los perfiles requeridos para su área de trabajo.

Huancas (2021) en su investigación “El impacto de la gestión administrativa en el clima laboral en la institución educativa de San Martín de Porras, Bagua Grande – Utcubamba en el año 2018”, que tiene como objetivo conocer cómo afecta la gestión administrativa a la I.E. los ambientes de trabajo de San Martín de Porras, en la ciudad de Bagua Grande. En esta investigación, utilizó un método e instrumento deductivo e inductivo: encuestas y entrevistas con el grupo objetivo relacionado con los problemas de gestión y el clima laboral. Se concluye que la I.E. el clima laboral se mide por dimensiones como la comunicación, el compromiso, trabajo en equipo, recursos materiales y técnicos; entonces el impacto en la gestión administrativa como el clima laboral es positivo, alcanzando un 70% y un 30% de déficit, lo que podría ser mitigado con un plan de fortalecimiento de la capacidad humana, posibilitando adiciones y cambios en la institución.

Bases teóricas

Comunicación Interna

En los últimos años, las empresas han considerado la comunicación organizacional para estar al tanto con los nuevos cambios que realizan las organizaciones, facilitando el entendimiento, la comprensión y fortaleciendo una información satisfactoria, entre los grupos de individuos en favor del entendimiento de colaboradores.

Para Charry (2018) define La comunicación interna como un intercambio de información, mensajes y conocimientos dentro de una organización entre sus miembros. Es un proceso que busca promover la comprensión, colaboración y coordinación en el entorno interno de la organización. Utiliza diversos canales y medios de comunicación para transmitir la misión, visión, valores y objetivos estratégicos de la organización, así como para facilitar la participación, la resolución de problemas y el desarrollo de relaciones laborales sólidas.

Según Andrade (2017), la comunicación como proceso social es la mejor prueba para las organizaciones cuando nacen y se consolida, y también, según él, la comunicación organizacional es la mejor prueba de las últimas décadas en el campo del aprendizaje y funcionamiento de una empresa.

Seguidamente para Andrade (2017), definir comunicación, como tal, es preciso conocer términos de como decir “comunicación”; habitualmente acostumbramos a decir comunicación es..., sin embargo, lo adecuado sería definir, por nosotros mismo, es decir “yo llamo comunicación a...”. Por lo tanto, teniendo las aclaraciones, pasamos a observar bajo que enfoque se tomará el concepto como tal, considerando que cada persona tiene distintas formas de entender y comprender, para ello el autor menciona tres formas distintas de definir la comunicación:

Como proceso social: La comunicación es un proceso esencial, es el conjunto total de mensajes que se retroalimentan entre los miembros de una organización interna y entre sus diferentes públicos externos. Este intercambio se manifiesta de diferentes maneras, utilizando distintos canales para llegar al objetivo.

Como una disciplina: La comunicación organizacional, estudia la forma de cómo se da el proceso de la comunicación, siendo parte del campo del conocimiento humano. En esta parte nos abocamos a la década de los setenta en las iniciales obras publicadas sobre la comunicación, donde empiezan a surgir y a consolidarse las asociaciones de profesionales en comunicación organizacional.

Como un conjunto de técnicas y actividades: En el proceso comunicativo encontramos conocimientos generados a través de investigaciones, donde se aplica estrategias enfocadas a desarrollar y activar el flujo de mensajes entre los dos organismos, tanto la organización y el público que tiene.

Por otro lado, es importante conocer el concepto de comunicación externa, para conocer el público al que rodea una empresa, para el mismo Andrade (2017) señala que la comunicación externa es el conjunto de mensajes pronunciados por una empresa o institución para sus distintos públicos, aprovechando conservar sus relaciones a favor de proyectar una imagen que promueva sus productos o servicios que ofrecen.

Comunicación interna es un conjunto de actividades que realiza una organización para crear y mantener buenas relaciones con y entre sus miembros, utilizando diversos métodos de comunicación que los mantienen informados, lo integran y los alientan a participar en su trabajo para lograr objetivos de la organización (Andrade, 2017).

La comunicación organizacional interna se le llama al grupo de actividades realizadas por cualquier organización, para la creación y mantenimiento de buenos lazos entre miembros, con la finalidad de hacerles sentir motivados e integrados dentro de la organización, de tal manera cumplan y contribuyan con sus esfuerzos las metas y objetivos organizacionales.

De igual forma, las empresas deben desarrollar de manera efectiva decisiones de mejorar organizacional interna y proponer estrategias de diseño para lograr la meta establecida. Aquí, la comunicación interna desarrolla un papel muy importante al informar a sus socios sobre la información deseada y actualizada, lo que les permite mantener una comprensión de los cambios realizados posteriormente.

Las dimensiones para la comunicación interna, consiste en 9 que a continuación se detalla:

Dimensión 1: Comunicación interna: La comunicación interna es el proceso mediante el cual se intercambia información dentro de una organización, con el propósito de transmitir mensajes, instrucciones, noticias y otros contenidos relevantes a los empleados. como lo explican Castro, y Diaz, (2020). Se enfoca en asegurar una comunicación efectiva y fluida entre los diferentes niveles jerárquicos, departamentos y equipos de la organización. Además, la comunicación interna busca fomentar la comprensión mutua, promover la colaboración y mantener a los empleados informados sobre los aspectos relevantes de la organización, como la estrategia, los objetivos, los cambios y las políticas internas, su indicador fue:

Indicador 1: Percepción general (misión, visión, imagen): Este indicador se refiere a cómo los empleados perciben la misión, visión y la imagen de la organización. Mide el grado de comprensión y alineación de los empleados con los propósitos y valores de la empresa, así como su percepción de cómo la organización es vista por otros. Ortega *et al.* (2018).

Dimensión 2: Coordinación: En el marco de la comunicación interna, la coordinación se refiere al proceso de sincronizar y armonizar las actividades de los miembros de una organización para lograr objetivos comunes así lo describe Luna (2020), ya que la autora menciona que implica la integración de información, la toma de decisiones compartidas y la colaboración entre diferentes departamentos y niveles jerárquicos. La coordinación efectiva en la comunicación interna garantiza una ejecución eficiente de tareas y proyectos organizacionales. Teniendo 2 indicadores:

Indicador 1: Integración: Este indicador evalúa el grado de integración de los empleados dentro de la organización. Mide la sensación de pertenencia, la colaboración entre equipos y departamentos, así como el nivel de interacción y trabajo en equipo entre los miembros de la organización. Siguiendo lo expresado por Estupiñán *et al.* (2020).

Indicador 2: Participación: Este indicador se relaciona con el grado de participación de los empleados en los procesos de comunicación interna. Mide el nivel de involucramiento y contribución de los empleados en actividades como reuniones, encuestas, grupos de trabajo, y otras iniciativas de participación dentro de la organización. Según lo expresa Charry (2018).

Dimensión 3: Mensaje: Dentro del ámbito de la comunicación interna, un mensaje se refiere a la información transmitida dentro de una organización para comunicar ideas, instrucciones o cualquier otro contenido relevante a los empleados. Es la unidad básica de información que se envía y recibe en los procesos de comunicación interna. Un mensaje efectivo es claro, coherente y adaptado al público objetivo, y busca informar, motivar y alinear a los miembros de la organización. Charry (2018). Esta dimensión cuenta con dos indicadores:

Indicador 1: Intercambio de información: Se evalúa la efectividad y fluidez de cómo la información circula dentro de la organización, considerando la facilidad con la que se transmite entre diferentes niveles jerárquicos y departamentos, así como la disponibilidad y accesibilidad de los canales de comunicación utilizados (Saavedra, 2020).

Indicador 2: Mensaje: Se analiza la calidad y efectividad de los mensajes transmitidos dentro de la organización, enfocándose en cómo se estructuran, formulan y entregan los contenidos comunicativos hacia los empleados. Valenzuela *et al.* (2020).

Dimensión 4: Contribución: En relación con la comunicación interna, la coordinación se refiere al proceso de sincronizar y armonizar las actividades de los miembros de una organización para lograr objetivos comunes. Implica la integración de información, la toma de decisiones compartidas y la colaboración entre diferentes departamentos y niveles jerárquicos. La coordinación efectiva en la comunicación interna garantiza una ejecución eficiente de tareas y proyectos organizacionales. Bravo *et al.* (2020). tiene 2 indicadores:

Indicador 1: Solución en la comunicación interna se basa en la capacidad de identificar problemas o áreas de mejora, promover la comunicación abierta y constructiva, y trabajar en conjunto para encontrar respuestas adecuadas que beneficien a la organización en su conjunto y a sus empleados. Esta dimensión resalta la importancia de una comunicación efectiva para resolver desafíos y avanzar hacia el logro de los objetivos organizacionales. Montero y Mahecha (2020).

Indicador 2: Valores se refiere a los principios fundamentales y creencias que guían el comportamiento y las decisiones de una organización y de sus empleados. Estos valores representan las convicciones centrales de la empresa y definen su cultura organizacional. Una comunicación interna efectiva busca comunicar y reforzar estos valores para mantener una cultura organizacional sólida y coherente en toda la empresa. Pacheco (2020).

Dimensión 5: Confianza: Considerando la comunicación interna, la confianza se refiere a la creencia y seguridad que los miembros de una organización tienen en la fiabilidad y sinceridad de sus compañeros de trabajo y líderes. Es un elemento crucial para fomentar un ambiente laboral positivo y colaborativo. según Medina, *et al.* (2020).

Indicador 1: Sugerencia: Se evalúa la disposición de los empleados para brindar sugerencias y aportes a través de los canales de comunicación interna. Se mide el nivel de apertura y receptividad de la organización para recibir y considerar las ideas y sugerencias de los empleados, de acuerdo a lo expresado en el libro de reclamaciones de PROMPERÚ (2018).

Indicador 2: Veracidad: Por otro lado, en la Veracidad, permite la confiabilidad y autenticidad de la información comunicada internamente. Se mide el grado de veracidad y transparencia en la comunicación interna, así como la confianza de los empleados en la precisión y credibilidad de la información recibida, en virtud de lo expresado por Selles (2020).

Dimensión 6: Desempeño laboral: Desempeño laboral en la comunicación interna evalúa cómo la calidad de la comunicación interna influye en la productividad, el cumplimiento de objetivos, la retroalimentación efectiva, la motivación y la capacidad de adaptación al cambio de los empleados. Amasifuén *et al.* (2021), el mismo que tiene 4 indicadores que a continuación se detalla:

Indicador 1: Capacidad de adaptación: En la comunicación interna evalúa cómo la comunicación interna facilita la capacidad de los empleados y la organización para ajustarse, responder y prosperar en situaciones cambiantes y desafiantes. Martínez y Almeida (2021).

Indicador 2: Compromiso: Hace referencia al nivel de implicación y dedicación de los empleados hacia su trabajo y la organización. Se busca medir su compromiso emocional y motivacional con los objetivos y valores de la empresa. Bernal *et al.* (2021).

Indicador 3. Identificación: Se refiere a evaluar el grado de compromiso y sentimiento de pertenencia de los empleados hacia la organización, sus valores y objetivos. Busca fortalecer la conexión emocional y la participación activa de los empleados en el logro de los objetivos de la empresa. Coronado *et al.* (2020).

Indicador 4: Involucramiento: Se refiere a la participación activa y conexión emocional de los empleados con la organización. Se evalúa el grado en que los empleados se sienten comprometidos y conectados con el trabajo y los objetivos de la empresa. Los indicadores pueden incluir participación en actividades, comunicación bidireccional, sentimiento de pertenencia, interés en el desarrollo profesional y colaboración en el trabajo en equipo. Arias y Carrasco (2018).

Dimensión 7: Motivación: analiza cómo la comunicación interna afecta el entusiasmo, el compromiso y el interés de los empleados hacia sus tareas y responsabilidades laborales, con el objetivo de mantenerlos comprometidos y dispuestos a contribuir

positivamente al éxito de la organización. Mendoza y Arriola (2022), que tiene 3 indicadores:

Indicador 1: Recompensas: Hace referencia a los incentivos o reconocimientos que la organización otorga a los empleados por su desempeño destacado o contribuciones significativas en el trabajo. Ferro (2019).

Indicador 2: Agentes de cambios: Son aquellos empleados que, debido a su actitud proactiva y capacidad de liderazgo, tienen un papel destacado en impulsar y promover el cambio positivo dentro de la organización. Son individuos que influyen en sus colegas y en la cultura de la empresa, inspirando a otros a adoptar nuevas prácticas, mejorar procesos o implementar innovaciones que beneficien a la organización en su conjunto. Banda *et al.* (2018).

Indicador 3: Orientación al equipo: La orientación al equipo en la comunicación interna se refiere a la cultura organizacional y la actitud de los empleados hacia el trabajo en equipo. Se evalúa el grado en que los empleados están comprometidos y dispuestos a colaborar, compartir información y apoyar a sus compañeros para lograr los objetivos comunes de la organización. La comunicación interna juega un papel fundamental en fomentar esta orientación, promoviendo una mayor cohesión y eficiencia en el trabajo en equipo. Valenzuela *et al.* (2020).

Dimensión 8: Del empleado: en la comunicación interna evalúa el grado de involucramiento y participación activa de los empleados en los procesos de comunicación dentro de la organización. Neffa (2020).

Indicador 1: Nivel de desempeño en los lugares de trabajo: El "nivel de desempeño en los lugares de trabajo" en la comunicación interna se refiere a la evaluación del rendimiento y la eficacia de los empleados en sus respectivas funciones dentro de la organización. Se busca medir cómo la comunicación interna influye en el desempeño individual y colectivo de los empleados, contribuyendo al logro de los objetivos organizacionales y al éxito general de la empresa. Neffa (2020).

Indicador 2: Nivel de participación para la toma de decisiones: Es el encargado de evaluar el grado en que los empleados son involucrados en los procesos de toma de decisiones dentro de la organización. Se busca medir si la comunicación interna facilita la participación activa y el aporte de ideas por parte de los empleados en la toma de

decisiones que afectan sus labores y el rumbo de la empresa. Esto puede contribuir a una mayor motivación, compromiso y sentido de pertenencia por parte de los empleados. Utel Universidad, (2020).

Indicador 3: Sugerencias aceptadas por la alta dirección: Esto hace referencia a la evaluación del grado en que las sugerencias e ideas presentadas por los empleados son consideradas y tomadas en cuenta por la alta dirección de la organización. Se busca medir si la comunicación interna promueve un ambiente en el cual las aportaciones de los empleados son valoradas y utilizadas para mejorar procesos, tomar decisiones y generar cambios positivos en la empresa. Esto puede fomentar la participación y la motivación de los empleados al sentirse escuchados y reconocidos por su contribución al éxito de la organización. Guerrero (2023).

Dimensión 9: Satisfacción laboral: Evalúa el grado de satisfacción y bienestar que experimentan los empleados en relación con su trabajo y su entorno laboral, y cómo la comunicación interna influye en ello. Salazar (2019), el mismo que tiene 2 indicadores:

Indicador 1: Expectativas sobre los puestos de trabajos: se refiere a la evaluación de las percepciones y comprensión que los empleados tienen sobre sus roles y responsabilidades en la organización. Se busca medir si la comunicación interna es efectiva para transmitir claramente las expectativas y metas asociadas a cada puesto de trabajo, lo que puede contribuir a una mayor satisfacción laboral, compromiso y desempeño de los empleados. Mendoza y Arriola (2022).

Indicador 2: Nivel de satisfacción laboral: Evalúa el grado de satisfacción y bienestar que experimentan los empleados en relación con su trabajo y su entorno laboral, considerando cómo la comunicación interna influye en este aspecto. Coronado *et al.* (2020).

Hipótesis

H1. Si es muy importante la comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa APROPAL de San Martín en el 2022.

HO. No es muy importante la comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa APROPAL de San Martín en el 2022.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

Población muestral

El público objetivo fue 37, siendo el 100% de los trabajadores de la cooperativa Apropal, San Martín, por lo que no ha sido necesario una muestra ya que la cifra fue completamente manejable.

Variables de estudio

Variable

Comunicación interna.

Métodos

El objetivo del investigador fue describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; describiendo lo que son y cómo se han manifestado. En este caso, se ha eligió el tipo. Descriptivo-No Experimental porque pretendió definir un grupo de colaboradores y averiguar qué efectos causó como propuesta para la Cooperativa Apropal, San Martín. En otras palabras, solo tuvo como objetivo medir o recopilar información, de forma independiente o en conjunto, sobre los conceptos o variables con los que se relacionaron, ese fue su propósito, no pretendió mostrar cómo se relacionaron.

Tabla 1

Cronograma

Nro.	Actividades	Meses	Periodo	
			Fecha de inicio	Fecha de termino
1	Elaboración del proyecto de tesis	12	05 – 04 – 2022	24 – 04 – 2023
2	Recolección de datos	1	25 – 04 – 2023	24 – 05 – 2023
3	Análisis de resultados (datos)	1	25 – 05 – 2023	24 – 06 – 2023
4	Elaboración y presentación del informe	2	10 – 06 – 2023	8 – 08 – 2023

Análisis de datos

El análisis e interpretación de datos se realizó mediante el instrumento de un cuestionario, enumerando cada pregunta que se realice con el fin de facilitar la tabulación de datos en SPSS para luego obtener se analizados mediante frecuencia simple y tablas.

III. RESULTADOS

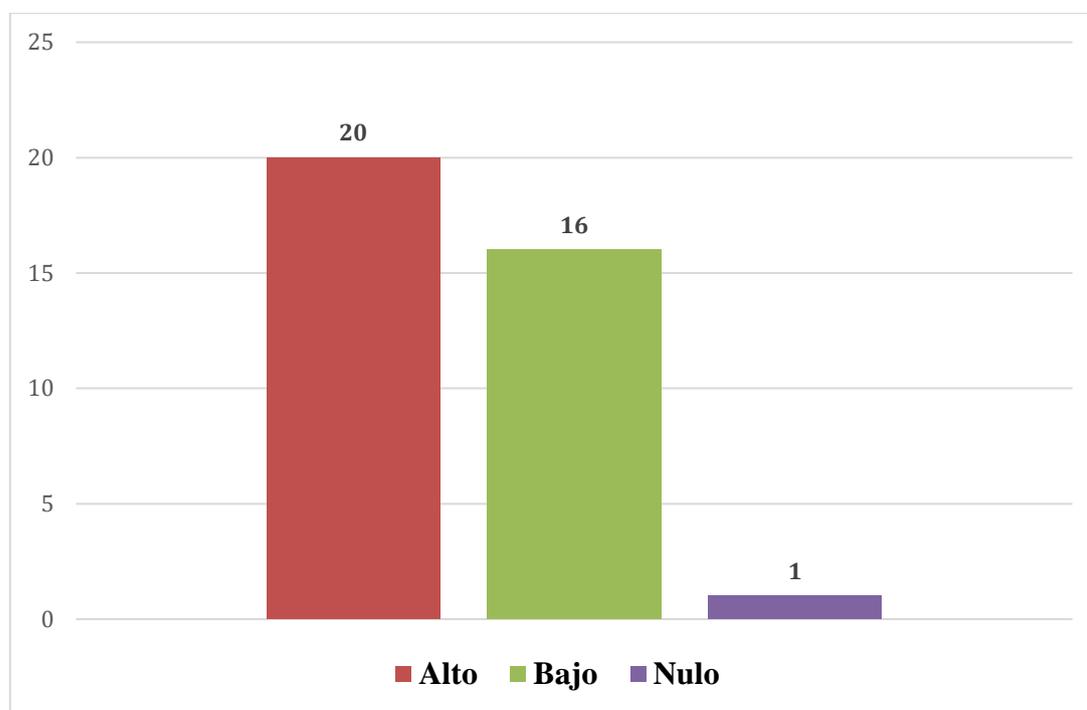
Tabla 2

Comunicación Interna

Niveles	Cantidad	Totales %
Alto	20	54%
Bajo	16	43%
Nulo	1	3%
Total	37	100%

Figura 1

Comunicación interna



Nota: Elaboración propia

Interpretación

los resultados de la parte estadística descriptiva con respecto a la variable Comunicación interna, indica que en la muestra total evaluada que son 37, existe un nivel alto de 20, bajo de 16 y Nulo 1. Esto indica que, aunque hay un nivel de más de la mitad de la muestra que tiene un nivel alto, existe casi un 40% que aún les falta consolidar la Comunicación interna en la empresa.

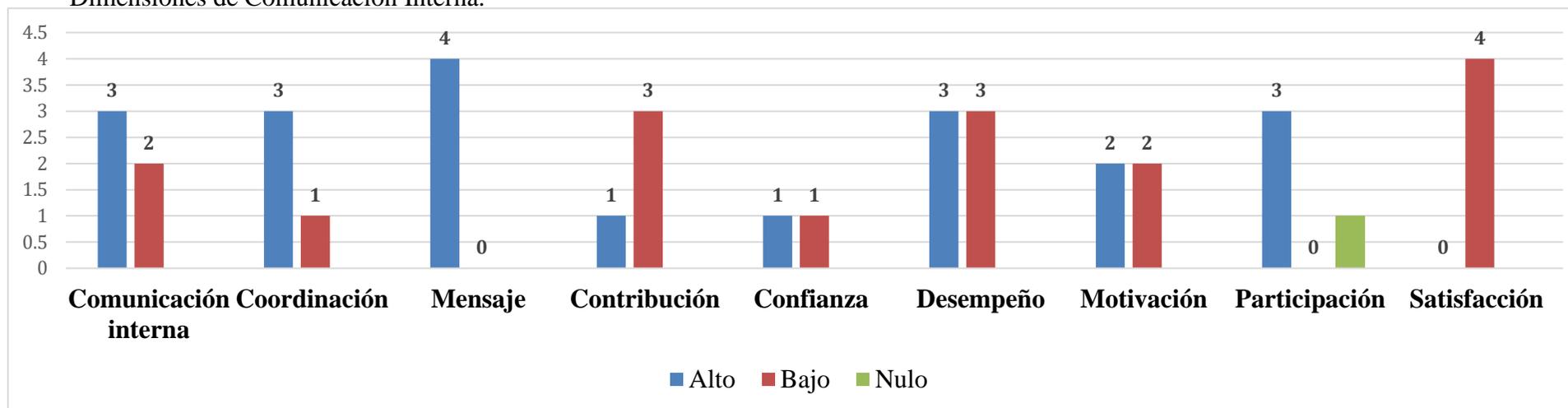
Tabla 3

Dimensiones de la variable Comunicación Interna

Comunicación										
interna	Coordinación	Mensaje	Contribución	Confianza	Desempeño	Motivación	Participación	Satisfacción	TOTAL	
Alto	3	3	4	1	1	3	2	3	0	20
Bajo	2	1	0	3	1	3	2	0	4	16
Nulo	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
	5	4	4	4	2	6	4	4	4	37

Figura 2

Dimensiones de Comunicación Interna.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación: Los resultados estadísticos en la parte descriptiva, analizó todas las dimensiones de la Variable Comunicación Interna, en la cual se evidencia que el que tiene un nivel alto (4) es la dimensión mensaje, (3) de comunicación interna, coordinación, desempeño y participación. (2) Motivación y (1) Contribución y Confianza. Nivel bajo (4) Satisfacción (3) Contribución y Desempeño. (2) Motivación y (1) Coordinación y Confianza. Estos resultados indican que existen dimensiones que se tienen que seguir trabajando por que sus resultados indican niveles bajos, por ejemplo, el de Contribución, Confianza, Comunicación interna, Motivación como puntos que se tienen que atender.

IV. DISCUSIÓN

Según Arias (2019), los resultados para el instrumento de comunicación interna fueron 0,899 y los resultados de imagen corporativa son 0,897. Teniendo como conclusión que un 48.60% nota un nivel invariable, por otro lado, el 48.60% nota que los niveles son altos por último el área corporativa que está compuesta por 1.40% de los trabajadores notan que el nivel es deficiente el 57.30% nota que es regular por último el 41.30% nota que los niveles son altos. El estudio analizado hace patente lo imperativo que es la buena comunicación en toda relación humana y como es el caso del estudio, en el ámbito laboral y es por este motivo que este análisis quedará como base para la defensa del presente trabajo. Esto se relaciona con el **Objetivo general** de esta investigación que dice: Establecer cuál es importancia de la comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. El resultado estadístico menciona que la variable Comunicación interna, indica que en la muestra total evaluada que son 37, existe un nivel alto de 20, bajo de 16 y Nulo 1. Esto indica que, aunque el nivel alto tiene más de la mitad, existe el nivel bajo que tiene casi un 40% que aún les falta consolidar la Comunicación interna en la empresa.

Por otro lado, para Álvarez (2020) en su investigación concluye que: Se logró la mejora de la imagen corporativa con el propósito de estar de acuerdo con las metas de posicionamiento de forma eficiente en las redes sociales, alcanzando un alto grado de reputación, confiabilidad y alcance visual por la comunidad online. Esto se relaciona con el **Objetivo Específico Primero:** Conocer la importancia de la dimensión Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. La parte estadística encontró para esta dimensión un total de 3 trabajadores en el nivel alto y 2 trabajadores en el nivel bajo.

Para García (2018) en la investigación que realizó, concluye que: todos los colaboradores que participaron en el sondeo fueron mujeres de las que un 80% están entre las edades de 30 y 50 años un segundo grupo está entre los 20 y 30 años. Se conoció que un 60% de las encuestadas eran profesionales en el área de comunicación, pero un 20% se había formado en el área de la psicología y un grupo minoritario es decir el 10% en el área de administración. En esta investigación se llegó a la conclusión que el sondeo realizado en el área empresarial antes mencionadas se encontró la existencia de coparticipantes quienes perciben una baja estimación en el valor de la comunicación interna, asimismo,

que existe un 20% de colaboradores en el área comunicacional que no se siente valorado en su función laboral. Lo que se relaciona con el **Objetivo Específico Segundo** de este estudio que dice: Analizar la importancia de la dimensión Coordinación en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. El resultado estadístico evidenció nivel alto 3 trabajadores y bajo 1 trabajador.

Así también, para Huancas (2021) en su estudio sobre la comunicación, el compromiso, trabajo en equipo, recursos materiales y técnicos; fue positivo, alcanzando un 70% y un 30% de déficit, lo que podría ser mitigado con un plan de fortalecimiento de la capacidad humana, posibilitando adiciones y cambios en la institución. Lo que se relaciona con el **Objetivo Específico Tercero** que dice: Determinar la importancia de la dimensión Mensaje en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. Los resultados estadísticos evidenciaron para esta dimensión que tuvo un total de 4 en nivel alto de trabajadores.

En el caso de Ramos (2018) En efecto el resultado fue positivo, demostrando que existe una efectiva e importante conexión entre comunicación interna e identidad corporativa ($r=0.570$ y $p<0.05$). Finalmente concluye que existe una importante analogía positiva con la comunicación interna de la empresa RAIZZA Perú S.A.C. por lo tanto a nivel interno, toda actividad que se ejecuta incrementa de manera positiva la identidad corporativa. Esto se relaciona con el **Objetivo Específico Cuarto** Indagar la importancia de la dimensión Contribución en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. En esta dimensión el nivel alto tiene un solo trabajador, mientras que nivel bajo 3 trabajador.

También Álvarez (2020) gracias a la implementación del plan de comunicaciones del IMEBU, se logró la mejora de la imagen corporativa con el propósito de estar de acuerdo con las metas de posicionamiento de forma eficiente en las redes sociales, alcanzando un alto grado de reputación, confiabilidad y alcance visual por la comunidad online. Lo que se relaciona con el **Objetivo Específico Quinto** de este estudio que dice: Determinar la importancia de la dimensión Confianza en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. Los resultados estadísticos evidencia que el nivel alto es un trabajador y para el nivel bajo un trabajador.

Según López (2018) en su estudio concluye. Que, si existe grandes debilidades en cuanto al manejo del control interno de parte del personal a cargo de las áreas de turno, errores

que caen sobre los directivos de la zona. Asimismo, se pudo observar que existen colaboradores que no están en la capacidad de ocupar cargos productivos ya que no cuentan con los perfiles requeridos para su área de trabajo. Lo que se relaciona con el **Objetivo Específico Sexto** de este estudio que dice: Identificar la importancia de la dimensión Desempeño laboral en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. Los resultados estadísticos muestran que en el nivel alto tiene 3 trabajadores y nivel bajo 3 trabajadores.

Para Díaz (2017) A través de una comunicación paralela que permita a las empresas implementar la intervención cultural cuando sea necesario, proponer un plan de trabajo de gestión del cambio que combine campañas con estrategias de comunicación para crear los comportamientos deseados. Lo que se relaciona con el **Objetivo Específico Séptimo** que dice: Investigar la importancia de la dimensión Motivación en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. Los resultados estadísticos muestran que para esta dimensión para el nivel alto tuvo 2 trabajadores y nivel bajo 2 trabajadores.

En lo que menciona Morrejón (2019) en su investigación concluye que; los resultados obtenidos por ellos muestran que la comunicación interna influye fuertemente en el desarrollo de la organización corporativa DOLE, y concluyen del problema identificado que es necesario plantear estrategias de comunicación interna entre los talentos humanos para desarrollar la organización Corporativa DOLE. Lo que se relaciona con el **Objetivo Específico Octavo** que dice: Analizar la importancia de la dimensión Participación del empleado en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. Los resultados estadísticos fueron de 3 trabajadores en el nivel alto.

Finalmente, Rodríguez (2018) en su investigación concluye que: El análisis mencionado se pudo observar que, si se aplican los tres puntos estratégicos sin interrumpir y de una manera favorable se puede conseguir una mayor combinación operacional, comunicacional y aumentar el deseo de que los grupos de trabajo se integran como equipos de trabajo. Lo que se relaciona con el **Objetivo Específico Noveno**: Conocer la importancia de la dimensión Satisfacción laboral en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. Los resultados estadísticos tuvieron un nivel bajo 4 trabajadores.

V. CONCLUSIONES

Para el objetivo general, la comunicación interna en los trabajadores el resultado estadístico, indica que en la muestra total evaluada que son 37, existe un nivel alto de 20, bajo de 16 y Nulo 1. Esto indica que, aunque el nivel alto tiene más de la mitad, existe un 46% que aún les falta consolidar la Comunicación interna en la empresa.

En las dimensiones de comunicación interna, coordinación, confianza, desempeño y motivación, según resultados por dimensiones aún existen colaboradores que se tiene que concientizar en esta para hacen entender la importancia de la comunicación interna en la Cooperativa Apropal, San Martín.

En las dimensiones contribución y satisfacción, según los resultados, estas dimensiones se encuentran colaboradores en un nivel bajo. Esto indica que se tiene que trabajar continuamente dando a conocer la importancia de la comunicación en la Cooperativa Apropal, ya que ello ayudará en el desarrollo y éxito de la empresa.

En las dimensiones mensaje y participación, los resultados estadísticos evidenciaron para estas dimensiones un trabajo muy bien logrado, asimismo, pone como ejemplo a seguir para obtener resultados positivos.

VI. RECOMENDACIONES

Para el objetivo general se recomienda, realizar cambios notables en las dimensiones que tienen niveles únicamente bajos y en los que están combinados tienen que concientizar a los trabajadores considerando la comprensión, el entendimiento, la satisfacción, según las necesidades que tienen para poder obtener resultados exitosos.

Objetivo específico primero la dimensión Comunicación interna en los trabajadores se recomienda, asegurar una comunicación efectiva y fluida entre los diferentes niveles jerárquicos, departamentos y equipos de la organización. además, fomentando la comprensión mutua, promover la colaboración y mantener a los empleados informados sobre los aspectos relevantes de la organización, como la estrategia, los objetivos, los cambios y las políticas interna.

Objetivo específico segunda la dimensión Coordinación en la Comunicación interna en los trabajadores, se recomienda, la integración de información, la toma de decisiones compartidas y la colaboración entre diferentes departamentos y niveles jerárquicos. La coordinación efectiva en la comunicación interna garantiza una ejecución eficiente de tareas y proyectos organizacionales.

Objetivo específico tercero la dimensión Mensaje en la Comunicación interna en los trabajadores, se recomienda seguir como están trabajando pues ha logrado nivel alto en esta dimensión.

Objetivo específico cuarto Indagar la importancia de la dimensión Contribución en la Comunicación interna en los trabajadores, se recomienda, mensajes con información transmitida para comunicar ideas, instrucciones o cualquier otro contenido relevante a los empleados, debe ser efectivo y claro, coherente y adaptado al público objetivo, y busca informar, motivar y alinear a los miembros de la organización.

Objetivo específico quinto la dimensión Confianza en la Comunicación interna en los trabajadores, se recomienda, contar con la creencia y seguridad que los miembros de una organización deben tener en la fiabilidad y sinceridad de sus compañeros de trabajo y líderes. Elemento crucial para fomentar un ambiente laboral positivo y colaborativo.

Objetivo específico sexto la dimensión Desempeño laboral en la Comunicación interna en los trabajadores, se recomienda, evaluar la calidad de la comunicación interna en la

productividad, el cumplimiento de objetivos, la retroalimentación efectiva, la motivación y la capacidad de adaptación al cambio de los empleados.

Objetivo específico séptimo la dimensión Motivación en la Comunicación interna en los trabajadores. Se recomienda, considerar el entusiasmo, el compromiso y el interés de los empleados hacia sus tareas y responsabilidades laborales, con el objetivo de mantenerlos comprometidos y dispuestos a contribuir positivamente al éxito de la organización.

Objetivo específico octavo la dimensión Participación del empleado en la Comunicación interna en los trabajadores, se recomienda, que continúen como lo están realizando pues es otra dimensión que tienen el nivel logrado para esta dimensión.

Objetivo específico noveno la dimensión Satisfacción laboral en la Comunicación interna en los trabajadores, se recomienda en esta dimensión que es la que tiene el total de número en nivel bajo, lo que es preocupante que: logren la satisfacción y bienestar para que los trabajadores experimentan relación con su trabajo y su entorno laboral, y cómo la comunicación interna, por lo que es necesario evaluar en que partes tienen que mejorar.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, M. (2020). *Implementación del plan de comunicaciones elaborado por el IMEBU para fortalecer su imagen corporativa (Trabajo de grado presentado bajo la modalidad de pasantías para optar el título de Comunicadora Social, de la Universidad Francisco de Paula Santander)*. Obtenido de <http://repositorio.ufpso.edu.co/handle/123456789/551>
- Amasifuén , B., Gárrate, J., & Palomino, G. (2021). Obtenido de Desempeño laboral en instituciones de educación superior: Una revisión Latinoamericana de literatura.: <https://www.doi.org/10.33595/2226-1478.12.3.537>
- Andrade, H. (2017). *Comunicación Organizacional Interna. Mexico*. Obtenido de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&lr=lang_es&as_sdt=0%2C5&q=La+comunicaci%C3%B3n+interna+de+la+empresa+Ripley+alimentos+e+imagen+corporativa&btnG=
- Arias, A. (2017). *La comunicación interna de la empresa Ripley alimentos e imagen corporativa, de la Universidad de San Martín*. Obtenido de http://sinapsis-consultores.com.mx/wp-content/uploads/2020/01/libro-Comunicacion_organizacional_interna.pdf
- Arias, W., & Carrasco, A. (2018). *El estilo de enseñanza e involucramiento en el trabajo en desencantes de una universidad privada de Arequipa (Perú)*. Obtenido de <https://revistas.unife.edu.pe/index.php/avancesenpsicologia/article/view/1126/1066>
- Banda, O., Martínez, E., Ferrer, J., E, H., Correa, J., & Gaytán, D. (2018). *Las organizaciones como agente de cambio*. . Obtenido de <https://aed1015disenoorganizacional2018.files.wordpress.com/2018/02/las-organizaciones-como-agentes-de-cambio.pdf>
- Bernal, I., Ruiz, L., & Pastrano, J. (2021). *Compromiso organizacional de profesionales de la salud ante covid-19* . Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n6/2218-3620-rus-13-06-194.pdf>
- Bravo, E., Dini, M., & Ruda, M. (2020). *La contribución de las Asociaciones Empresariales al desarrollo de las políticas productivas*. Obtenido de https://repository.eclac.org/bitstream/handle/11362/45203/S1901166_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castro, P., & Diaz, A. (2020). *Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad de la empresa española*. . Obtenido de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.may.24/50506>
- Charry, H. (2018). *La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público*. . Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v9n1/a03v9n1.pdf>

- Coronado, G., Valdivia, M., Aguilar, A., & Alvarado, A. (2020). *Compromiso Organizacional: Antecedentes y consecuencias*. . Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94465715006>
- Díaz, L. (2017). *Incidencia del área de comunicaciones en la implementación del sistema de gestión de innovación en las UTILITIES (ISA, EPM, ISAGEN)(Magister en Comunicación Organizacional, Universidad Pontificia Bolivariana)*. Obtenido de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/3295/INCIDENCIA%20DEL%20c3%81REA%20DE%20COMUNICACIONES%20EN%20LA%20IMPLEMENTACI%20c3%93N.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Estupiñán, J., Domínguez, J., & Maldonado, R. (2020). *Integración universitaria, Reto actual en el siglo XXI*. . Obtenido de <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/1521/1505>
- Ferro, V. (2019). *Derecho individual del trabajo en el Perú*. . Obtenido de <https://rubio.pe/wp-content/uploads/2019/06/Derecho-Individual-del-trabajo-en-el-Per%C3%BA.pdf>
- García, J. (2018). *Valoración del aporte de la comunicación interna y factores relacionados. investigación en organizaciones privadas de la ciudad de lima durante el 2017*. . Obtenido de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12121/GARCIA_HERMOZA_VALORACION.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Guerrero. (2023). *El poder de la inspiración: Descubre como las enseñanzas de Simon Sinek pueden transformar tu liderazgo y tu éxito empresarial* . Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/el-poder-de-la-inspiraci%C3%B3n-descubre-c%C3%B3mo-las-simon-tu-guerrero-leon>
- Huancas, M. (2021). *Influencia de la gestión administrativa en el clima laboral en la Institución Educativa San Martín de Porras, Bagua Grande – Utcubamba, 2018 (Tesis de Licenciada en Administración de Empresas, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas)*. Obtenido de <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/2271/Huancas%20Motaban%20Paula.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Jímenez, C. (2016). *El impacto entre la comunicación organizacional y la capacitación en los empleados administrativos de la Gerencia Regional de Salud Arequipa 2014. (De la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa)*. Obtenido de <https://repositorio.unsa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/6cb26cbe-250b-4e1a-baa1-4cc1c2ccf93d/content>
- Libro de reclamaciones de PROMPERÚ . (2018). *Procedimientos para la atención de sugerencias y quejas*. . Obtenido de <https://media.peru.info/promperu/mapro/Mejora-Continua/Procedimiento-de-Atencion-de-Sugerencias-y-Quejas.pdf>
- López, V. (2018). *Propuesta control interno basado en el modelo COSO para optimizar la gestión en las unidades productivas del “nor oriental de la selva” año 2017* . Obtenido de [287333116.pdf](https://core.ac.uk/doi/pdf/10.28733/116) (core.ac.uk)

- Luna, M. (2020). *El vínculo entre las élites empresariales mexicanas y los expertos: expandiendo las fronteras del mercado* . Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7540800>
- Martínez, A., & Almeida, L. (2021). *Relación entre las Habilidades de adaptación conductual y las dificultades emocionales y comportamentales en adolescentes* . Obtenido de [file:///C:/Users/MARTHA%20PERRY/Downloads/Dialnet-RelacionEntreLasHabilidadesDeAdaptacionConductualY-8298153%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/MARTHA%20PERRY/Downloads/Dialnet-RelacionEntreLasHabilidadesDeAdaptacionConductualY-8298153%20(1).pdf)
- Medina, J., Ábrego, D., & Echeverría, O. (2020). *Satisfacción, facilidad de uso y confianza del ciudadano en el gobierno electrónico*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456065109004>
- Mendoza, J., & Arriola, C. (2022). *El desempeño laboral de los colaboradores: Una aproximación conceptual* . Obtenido de https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3165
- Montero, L., & Mahecha, J. (2020). *Compresión y resolución de problemas matemáticos desde la macroestructura de texto* . Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/prasa/v11n26/2216-0159-prasa-11-26-e9862.pdf>
- Morrejón, S. (2019). *Estrategia de la Comunicación Interna para contribuir en el Desarrollo Organizacional de la Corporación Dole, 2018. [Tesis de maestro, Universidad César Vallejo]*. Repositorio de la Universidad César Vallejo. . Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/43640>
- Neffa, J. (2020). *La participación de los trabajadores en la gestión de las empresas* . Obtenido de <http://repositorio.unm.edu.ar:8080/jspui/bitstream/123456789/530/5/Informe%20Final%20-%20Anexo%201.%20La%20participaci%C3%B3n%20de%20los%20trabajadores%20NEFFA.pdf>
- Ortega, R., Veloso, R., & Hansen, O. (2018). *Persecución y actitudes hacia la investigación científica* . Obtenido de <http://scielo.iics.una.py/pdf/academo/v5n2/2414-8938-academo-5-02-101.pdf>
- Pacheco, L. (2020). *Los valores humanos* . Obtenido de <https://edipuce.edu.ec/wp-content/uploads/2022/07/Los-valores-humanos.pdf>
- Ramos, C. (2018). *Relación entre la comunicación interna y la identidad corporativa de la empresa raizza Perú S.A.C, año 2018* . Obtenido de ramos_tcp.pdf (usmp.edu.pe)
- Rodríguez, A. (2018). *Relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de los colaboradores administrativos de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, al 07 junio del 2018* . Obtenido de [*T-UCSG-POS-MAE-173.pdf](T-UCSG-POS-MAE-173.pdf)
- Ruiz, J. (2018). *Administración Estratégica y Desarrollo Organizacional en la Empresa Financiera Confianza, Santa Anita, 2018. [Tesis para título, Universidad César Vallejo]* . Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/25824>

- Saavedra, E. (2020). *Control de concentraciones e intercambio de información en el marco de operaciones de fusión y adquisición*. . Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/24179/22942>
- Salazar, L. (2019). *Satisfacción laboral y desempeño* . Obtenido de https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/9384/Satisfacci%C3%B3n%20laboral_desempe%C3%B1o.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Selles, J. (2020). *Laveracidad-Sinceridad según Leonardo Polo*. . Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cteo/v47n108/0120-131X-cteo-47-108-167.pdf>
- Utel Universidad. (2020). *Toma de decisiones: concepto de vital importancia en la empresa*. . Obtenido de https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25174w/U1_R2.pdf
- Valenzuela, N., Buentello, C., Villarreal, V., & Ruíz, C. (2020). *Comunicación organizacional interna y su relación con los empleados de una empresa confeccionaría de automóviles de Piedras negras Coahuila*. Obtenido de <https://doi.org/10.22579/23463910.206>

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de consistencia

Título: Comunicación interna entre los trabajadores de la cooperativa Apropal, San Martín – 2022.

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Marco Metodológico
<p>¿De qué manera la implementación del área de comunicación organizacional interna contribuirá al crecimiento institucional y económico de la cooperativa Apropal, de la región San Martín?</p>	<p>Objetivo general Determinar cuál es la relación entre la comunicación interna de los trabajadores y la cooperativa APROPAL de la región San Martín en el 2022.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Conocer la importancia de la dimensión Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. ● Analizar la importancia de la dimensión Coordinación en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. ● Determinar la importancia de la dimensión Mensaje en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. ● Indagar la importancia de la dimensión Contribución en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. ● Determinar la importancia de la dimensión Confianza en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. ● Identificar la importancia de la dimensión Desempeño laboral en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. ● Investigar la importancia de la dimensión Motivación en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. ● Analizar la importancia de la dimensión Participación del empleado en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. ● Conocer la importancia de la dimensión Satisfacción laboral en la Comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa Apropal de San Martín. 	<p>H1. Sí, es muy importante la comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa APROPAL de San Martín en el 2022.</p> <p>HO. No es muy importante la comunicación interna en los trabajadores de la cooperativa APROPAL de San Martín en el 2022</p>	<p>Variable Comunicación interna.</p>	<p>Tipo de estudio: Descriptivo, Pre-experimental</p> <p>Muestra: Para la muestra se considerará a los 37 trabajadores de la cooperativa Apropal, San Martín, es decir el 100% de la población.</p> <p>Instrumentos: Se utilizará el siguiente instrumento: Cuestionario</p> <p>Análisis de datos: Programa SPSS</p>

Anexo 2

Operacionalización de variable: Comunicación Interna

Operacionalización de variable de investigación						
Variable	Definición de Concepto	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Ítems	Instrumento
Comunicación interna	<p>la comunicación organizacional interna es una pieza esencial que brinda una perspectiva general institucional y se coordina acciones comunicativas.</p> <p>Asimismo, esto implica la transferencia de información para la contribución positiva de la organización que se planean y trascienden de forma interna fortaleciendo la práctica diaria de la organización y sus actividades.</p>	<p>Puntuaciones del cuestionario de comunicación interna que consta de 26 preguntas para determinar el nivel de comunicación organizacional.</p>	Comunicación Interna	Percepción general (misión, visión, imagen)	1	Cuestionario
			Coordinación	Integración Participación	2,3,4	
			Mensaje	Intercambio de información Mensaje	5,6	
			Contribución	Solución Valores	7,8,9,10	
			Confianza	Sugerencia Veracidad	11	
			Desempeño laboral	Capacidad de adaptación Compromiso Identificación Involucramiento	12,13,14, 15,16,17,18	
			Motivación	Recompensas Agentes de cambio Orientación al equipo	19,20,	
			Participación del empleado	Nivel de desempeño en los puestos de trabajo Nivel de participación para la toma de decisiones Sugerencias aceptadas por la alta dirección	21,22,	
			Satisfacción laboral	Expectativas sobre los puestos de trabajo Nivel de satisfacción laboral	23,24,25,26	

Anexo 3

CUESTIONARIO

DIRIGIDO AL PERSONAL LABORAL DE LA COOPERATIVA APROPAL

La presente encuesta se realiza con la finalidad de recolectar datos para investigación sobre la relación de la comunicación interna entre los trabajadores de la cooperativa apropal, san martín - 2022, motivo por el cual solicitamos su apoyo en el llenado, las respuestas que usted exprese quedarán en total reserva. Gracias por su apoyo.

Autor: Bach. Tito Chavez Cruz

Sexo: Masculino Femenino Edad: Fecha:

Condición laboral:

Nombrado (a) Contratado (a) Tiempo de servicio:.....

Área laboral:.....

INDICACIONES. Marca con (X) la alternativa que crees conveniente.

VARIABLE: COMUNICACIÓN INTERNA

1. ¿Cuál son los canales de comunicación interna que utiliza la cooperativa Apropal?
 - a) Comunicación cara a cara
 - b) Memorandos u oficios
 - c) Comunicados
 - d) Teléfono
 - e) Correo electrónico
 - f) Grupos de chats
 - g) Periódico Mural
 - g) Ninguna de las anteriores

2. ¿Conoce la visión de la cooperativa Apropal?
 - a) Sí
 - b) No

3. ¿Conoce la imagen o el logotipo de la cooperativa Apropal?
 - a) Sí
 - b) No

4. ¿Cómo calificaría la calidad de comunicación cara a cara?
a) Buena b) Regular c) Mala
5. ¿Qué medios de comunicación internos son utilizados por la cooperativa Apropal para comunicarse con los clientes o proveedores?
a) Altoparlante
b) Citación por vocal de la directiva
c) Perifoneo dentro de la cooperativa
d) Televisión
e) Radio
f) Redes sociales (Facebook, Instagram, Sitio web, etc.)
g) Ninguna de las anteriores
6. ¿Cómo calificaría la comunicación interpersonal con los compañeros de trabajo de su área laboral?
a) Buena b) Regular c) Mala
7. ¿Cómo calificaría la comunicación interpersonal con los compañeros de trabajo de las demás áreas?
a) Buena b) Regular c) Mala
8. ¿Cómo calificaría la comunicación interpersonal con los dirigentes de la cooperativa?
a) Buena b) Regular c) Mala
9. ¿Cómo calificaría la comunicación interpersonal con los socios de la cooperativa?
a) Buena b) Regular c) Mala
10. En la cooperativa, ¿usted está informado de los objetivos, funciones y tareas a desempeñar?
a) Sí b) No
11. ¿Al ingresar a la cooperativa, recibió usted alguna capacitación o inducción?
a) Sí b) No
12. Te sientes comprometido con la cooperativa Apropal, ¿Cuál es tu escala?
a) 1 a 3
b) 5 a 7
c) 7 a 9
d) 8 a 10

13. Te sientes motivado con la cooperativa Apropal, ¿Cuál es tu escala?
- a) 1 a 3
 - b) 5 a 7
 - c) 7 a 9
 - d). 8 a 10
14. ¿Existe algún espacio en el que se reúnen y discuten los objetivos a seguir con el fin de lograr un mejor desarrollo de la cooperativa?
- a) Sí
 - b) No
15. ¿Con qué frecuencia comparte actividades comunes con sus compañeros de trabajo?
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
16. ¿Con qué frecuencia comparte actividades comunes con los socios de la cooperativa?
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
17. ¿Conoce un plan, guía o manual para realizar su trabajo?
- a) Sí
 - b) No
18. ¿Cómo calificaría la calidad de los productos que elabora la cooperativa?
- a) Buena
 - b) Regular
 - c) Mala
19. ¿Alguna vez usted ha dado una opinión positiva sobre la cooperativa al público externo?
- a) Sí
 - b) No
20. ¿Estaría dispuesto a participar en una campaña publicitaria sobre la cooperativa?
- a) Sí
 - b) No
21. ¿Siente que tiene demasiada carga laboral?
- a) Sí
 - b) No
22. ¿Cree que el clima organizacional de la empresa es el más adecuado?
- a) Sí
 - b) No

23. ¿Considera que la cultura organizacional tiene influencia sobre el desarrollo de las actividades en la empresa?
- a) Sí b) No
24. ¿Considera que la distribución de funciones influye sobre el trabajo en equipo dentro de la empresa?
- a) Sí b) No
25. ¿Existe alguna influencia de los agentes de cambio (personas que influyen) sobre el desarrollo organizacional dentro de la institución?
- a) Sí b) No

Gracias por su apoyo.

Anexo 4

Ficha de validación de juicio de expertos



UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE
MENDOZA DE AMAZONAS

FACULTAD DE EDUCACIÓN Y
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE
EDUCACIÓN PRIMARIA

FORMATOS PARA VALIDAR EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

FICHA DE VALIDACIÓN DE LA																		
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	Impacto de la implementación de la comunicación organizacional interna en el desarrollo de la Cooperativa Apropal, San Martín, 2021																	
ITEMS	CRITERIOS															JUICIO		
	Coherencia (C)					Pertinencia (P)					Impacto (I)					Eliminar	Modificar	Confirmar
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1					X					X					X			Correcto
2					X					X					X			Correcto
3					X					X					X			Correcto
4					X					X					X			Correcto
5					X					X					X			Correcto
6					X					X					X			Correcto
7					X					X					X			Correcto
8					X					X					X			Correcto
9					X					X					X			Correcto
10					X					X					X			Correcto
11					X					X					X			Correcto
12					X					X					X			Correcto
13					X					X					X			Correcto
14					X					X					X			Correcto
15					X					X					X			Correcto
16					X					X					X			Correcto
17					X					X					X			Correcto
18					X					X					X			Correcto
19					X					X					X			Correcto
20					X					X					X			Correcto
21					X					X					X			Correcto
22					X					X					X			Correcto
23					X					X					X			Correcto
24					X					X					X			Correcto
25					X					X					X			Correcto
26					X					X					X			Correcto
OBSERVACIONES																		
LUGAR Y FECHA	Chachapoyas – 31 julio 2021																	
Experto	Gilmer Díaz Heredia																	
Identificación	DNI 27736462																	
Afiliación	Radio Victoria																	
Título y Grado Académico	Licenciado en Ciencias de la comunicación																	
																		Firma

CONSTANCIA DE EVALUACIÓN

Yo GILMER DÍAZ HEREDIA, con D.N.I. N° 27736462 de profesión COMUNICADOR SOCIAL, desempeñándome como Conductor del programa radial “Hora Trece” de radio “Victoria”.

Por este medio de la presente hago constar que he revisado con fin de validación el instrumento del Proyecto de Tesis titulada: “**Impacto de la implementación de la comunicación organizacional interna en el desarrollo de la Cooperativa Apropal, San Martín, 2021**” siendo autor el Bachiller: **Tito Chavez Cruz**.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

CRITERIO: MA= 5; A= 4; PA=3; I=2

N°	CRITERIO	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	INADECUADO
1	Congruencia de ítems	5			
2	Aptitud de contenido	5			
3	Redacción de ítems	5			
4	Metodología	5			
5	Pertinencia	5			
6	Coherencia	5			
7	Organización	5			
8	Objetividad	5			
9	Claridad	5			
	Puntaje	45			

Calificación: MA (37-45) A (28-36) PA (19-27) I (0-18)

Conclusión: El instrumento es:

MUY ADECUADO (X)	ADECUADO ()
POCO ADECUADO ()	INADECUADO ()

En señal de conformidad firmo la presente, en la ciudad de Chachapoyas , a los días 28 del mes de julio del 2021.



Lic. Gilmer Díaz Heredia
Conductor de Radio Victoria



FICHA DE VALIDACIÓN DE LA																		
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	Impacto de la implementación de la comunicación organizacional interna en el desarrollo de la Cooperativa Apropal, San Martín, 2021																	
ITEMS	CRITERIOS															JUICIO		
	Coherencia (C)					Pertinencia (P)					Impacto (I)					Eliminar	Modificar	Confirmar
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1					X										X			Correcto
2					X										X			correcto
3					X										X			correcto
4					X										X			Correcto
5					X										X			Correcto
6					X										X			Correcto
7					X										X			Correcto
8					X										X			Correcto
9					X										X			Correcto
10					X										X			Correcto
11					X										X			Correcto
12					X										X			correcto
13					X										X			Correcto
14					X										X			Correcto
15					X										X			Correcto
16					X										X			Correcto
17					X										X			Correcto
18					X										X			Correcto
19					X										X			Correcto
20					X										X			Correcto
21					X										X			Correcto
22					X										X			Correcto
23					X										X			Correcto
24					X										X			Correcto
25					X										X			Correcto
26					X										X			correcto
OBSERVACIONES																		

LUGAR Y FECHA	Chachapoyas – 28 julio 2021	 Firma
Experto	Lucas Francisco Merino Vigil	
Identificación	DNI 33404745	
Afiliación	CPP Reg. Nro.	
Título y Grado Académico	Bachiller en Ciencias de la Comunicación. Licenciado en RRPP	

FORMATOS PARA VALIDAR EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

CONSTANCIA DE EVALUACIÓN

Yo LUCAS FRANCISCO MERINO VIGIL, con D.N.I. N° 33404745 de profesión RELACIONISTA PÚBLICO, desempeñándome como Docente UNTRM.

Por este medio de la presente hago constar que he revisado con fin de validación el instrumento del Proyecto de Tesis titulada: “**Impacto de la implementación de la comunicación organizacional interna en el desarrollo de la Cooperativa Apropal, San Martín, 2021**” siendo autor(a) el (la) Bachiller: **Tito Chavez Cruz**.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

CRITERIO: MA= 5; A= 4; PA=3; I=2

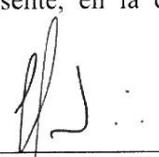
N°	CRITERIO	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	INADECUADO
1	Congruencia de ítems	5			
2	Aptitud de contenido	5			
3	Redacción de ítems	5			
4	Metodología	5			
5	Pertinencia	5			
6	Coherencia	5			
7	Organización	5			
8	Objetividad	5			
9	Claridad	5			
	Puntaje	45			

Calificación: MA (37-45) A (28-36) PA (19-27) I (0-18)

Conclusión: El instrumento es:

MUY ADECUADO (X)	ADECUADO ()
POCO ADECUADO ()	INADECUADO ()

En señal de conformidad firmo la presente, en la ciudad de Chachapoyas , a los días 28 del mes de julio del 2021.



Lic. Lucas Francisco Merino Vigil
Docente UNTRM



FORMATOS PARA VALIDAR EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

FICHA DE VALIDACIÓN DE LA																			
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN		Impacto de la implementación de la comunicación organizacional interna en el desarrollo de la Cooperativa Apropal, San Martín, 2021																	
ITEMS	CRITERIOS															JUICIO			
	Coherencia (C)					Pertinencia (P)					Impacto (I)					Eliminar	Modificar	Confirmar	
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
1				X					X					X					X
2					X					X				X					X
3					X					X				X					X
4				X					X					X					X
5				X					X					X					X
6			X						X					X			X		
7				X					X					X					X
8			X						X					X					X
9				X					X					X			X		
10				X					X					X			X		
11				X					X					X			X		
12				X					X					X			X		
13					X					X					X				X
14					X					X					X				X
15					X					X					X				X
16				X					X					X					X
17				X					X					X					X
18				X					X					X					X
19					X					X					X				X
20					X					X					X				X
21					X					X					X				X
22			X						X					X					X
23				X						X					X				X
24				X						X					X				X
25				X						X					X				X
26				X						X					X				X
OBSERVACIONES		Se sugiere incluir otras preguntas en condición labora y los ítems 6 y 8																	
LUGAR Y FECHA		Chachapoyas 30 de julio de 2021																	
Experto		BETY PASIÓN CANTA VENTURA																	
Identificación		DNI 10374205																	
Afiliación		UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS																	
Título y Grado Académico		Licenciada de Ciencias de la Comunicación Maestra en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa																	
																			
		Firma																	



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN

Yo BETY PASIÓN CANTA VENTURA, con D.N.I. N° 10374205 de profesión Licenciada en Ciencias de la Comunicación con posgrado de Maestra en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa, desempeñándome como, Docente Investigadora en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

Por este medio de la presente hago constar que he revisado con fin de validación el instrumento del Proyecto de Tesis titulada: “**Impacto de la implementación de la comunicación organizacional interna en el desarrollo de la Cooperativa Apropal, San Martín, 2021**” que tiene como autor(a) el (la) Bachiller: **Tito Chávez Cruz**.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

CRITERIO: MA= 5; A= 4; PA=3; I=2

N°	CRITERIO	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	INADECUADO
1	Congruencia de ítems		x		
2	Aptitud de contenido		x		
3	Redacción de ítems	x			
4	Metodología		x		
5	Pertinencia		x		
6	Coherencia	x			
7	Organización		x		
8	Objetividad		x		
9	Claridad		x		
	Puntaje	10	28		

Calificación: MA (37-45) A (28-36) PA (19-27) I (0-18)

Conclusión: El instrumento es:

MUY ADECUADO (38)	ADECUADO ()
POCO ADECUADO ()	INADECUADO ()

En señal de conformidad firmo la presente, en la ciudad de Chachapoyas , a los días 30 del mes de julio del 2021.

BETY PASIÓN CANTA VENTURA
Lic. Ciencias de la Comunicación
Mg. Relaciones Públicas e Imagen Corporativa

Anexo 5
Fotografías



