

**UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS**



**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**TESIS**

**COMUNICACIÓN INTERNA EN TRABAJO REMOTO Y  
MOTIVACION LABORAL EN ASESORES TELEFONICOS DE  
EMPRESAS DE  
CALL CENTER DE LIMA METROPOLITANA, 2021.**

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

**AUTOR:**

ZAPATA LAIME PATRICIA ELENA  
CÓDIGO ORCID: 0000-0002-6437-6942

**ASESOR:**

Dr. NÚÑEZ VARA FERNANDO ESTEBAN  
CÓDIGO ORCID: 0000-003-4054-9674

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: COMUNICACIÓN SOCIAL Y CULTURA**

LIMA, PERÚ

DICIEMBRE, 2021



## DEDICATORIA

**A mi hijo:** Alejandro por ser ese impulso y fuerza

diaria que me ayuda a seguir y cumplir todas mis metas.

**A mis padres:** Leopoldo y Elena, a quienes les dedico

parte de este título, ya que siempre confiaron en mi

y me brindaron su apoyo incondicional. A ti mamá por

tu esfuerzo y dedicación diaria en mi crecimiento y

desarrollo profesional y a ti papá que sin ti no lo hubiera

Logrado.

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo, determinar la relación entre la comunicación interna en el trabajo remoto y motivación laboral en asesores telefónicos de las empresas de Lima Metropolitana, 2021.

El estudio se centra en una investigación correlacional – cuantitativa, a 20 colaboradores de las empresas de call center de Lima Metropolitana, siendo un muestreo no probabilístico censal, por ser una cantidad mínima. La técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento el cuestionario. Utilizando para Comunicación Interna el Cuestionario de 42 ítems, tomada de Silva (2018) y para Motivación Laboral el cuestionario de 25 ítems de Barrientos (2020).

Teniendo como resultado de la prueba de Pearson un valor de correlación 0,699 con un nivel de error 0,01 y teniendo una Significancia 0,001. Por lo que se concluyó, que la comunicación interna está relacionada directamente con la motivación laboral.

**Palabras clave:** comunicación interna, motivación laboral, trabajo remoto.

## ABSTRACT

The objective of the research was to determine the relationship between internal communication in remote work and work motivation in telephone consultants of companies in Metropolitan Lima, 2021.

The study focuses on a correlational-quantitative investigation of 20 employees of the call center companies of Metropolitan Lima, being a non-probabilistic census sample, as it is a minimal amount. The technique used was the survey and the questionnaire as an instrument. Using the 42-item Questionnaire for Internal Communication, taken from Silva (2018) and for Labor Motivation the 25-item questionnaire from Barrientos (2020).

Having as a result of the Pearson test a correlation value of 0.699 with an error level of 0.01 and having a significance of 0.001. Therefore, it was concluded that internal communication is directly related to work motivation.

**Keywords:** internal communication, work motivation, remote work.

## Tabla de contenido

DEDICATORIA.....	iii
RESUMEN .....	iv
ABSTRACT.....	v
Lista de Tablas.....	viii
Lista de Figuras .....	ix
Introducción .....	1
<b>Capítulo I: Problema de la Investigación.....</b>	<b>2</b>
1.1. Descripción de la Realidad Problemática.....	3
1.2. Planteamiento del Problema.....	4
<b>1.2.1 Problema general .....</b>	<b>4</b>
<b>1.2.2 Problemas específicos .....</b>	<b>4</b>
1.3. Objetivos de la Investigación .....	5
<b>1.3.1 Objetivo general.....</b>	<b>5</b>
<b>1.3.2 Objetivos específicos .....</b>	<b>5</b>
1.4. Justificación e Importancia de la Investigación.....	6
1.5. Limitaciones de la investigación .....	7
Capitulo II: Marco Teórico .....	8
<b>2.1. Antecedentes.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.1. Internacionales.....</b>	<b>8</b>
2.1.2 Nacionales .....	11
<b>2.2. Bases teóricas .....</b>	<b>14</b>
2.2.1 Comunicación Interna .....	14
<b>2.2.1.1. Definición.....</b>	<b>14</b>
<b>2.2.1.2 Tipos de comunicación interna .....</b>	<b>16</b>
<b>2.2.1.3 Elementos de la comunicación .....</b>	<b>18</b>
<b>2.2.1.4 Herramientas de la comunicación interna.....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.1.5 Modelos teóricos de la comunicación interna .....</b>	<b>21</b>
<b>2.2.1.6 Funciones de comunicación .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.1.7 Barrera de la comunicación.....</b>	<b>26</b>
2.2.2 Motivación .....	28
<b>2.2.2.1 Definición.....</b>	<b>28</b>

2.2.2.2 Clasificación de la Motivación .....	29
2.2.2.3 Aspectos que considera la motivación .....	30
2.2.2.4 Propiedades de la conducta motivada .....	31
2.2.2.5 Necesidades de la motivación laboral.....	33
2.2.2.6 Clasificación de las teorías motivacionales.....	36
<b>Capítulo III: Metodología de la Investigación .....</b>	<b>46</b>
3.1. Enfoque de la Investigación .....	46
3.2. Variables .....	46
<b>3.2.1. Variable independiente</b> .....	46
<b>3.2.2. Variable dependiente</b> .....	46
<b>3.2.3 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES</b> .....	48
3.3. Hipótesis.....	52
<b>3.3.1. Hipótesis general</b> .....	52
<b>3.3.2. Hipótesis específicas</b> .....	52
3.4. Tipo de Investigación .....	52
3.5. Diseño de la Investigación .....	52
3.6. Población y Muestra.....	53
<b>3.6.1. Población</b> .....	54
<b>3.6.2. Muestra</b> .....	54
3.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	54
<b>3.7.1. Técnicas para el procesamiento de la información</b> .....	54
<b>3.7.2. Instrumentos de recolección de datos</b> .....	54
<b>Capítulo IV: Resultados.....</b>	<b>56</b>
4.1 Análisis de los Resultados.....	56
4.2. Discusión.....	64
<b>Conclusiones .....</b>	<b>67</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>69</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>70</b>
<b>Apéndices .....</b>	<b>80</b>

## Lista de Tablas

Tabla 1 Operalización de las variables.....	47
Tabla 2 Ficha técnica N° 1 del cuestionario el acogimiento al nuevo R.U.S.....	49
Tabla 3 Ficha técnica N° 2 del cuestionario la evasión tributaria.....	50
Tabla 4 Edades encuestadas. ....	55
Tabla 5 Prueba de normalidad.....	55
Tabla 6 Correlación de las variables y dimensiones. ....	56
Tabla 7 Regresión Lineal .....	58
Tabla 8 Cuadro de resumen.....	58
Tabla 9 Cuadro de Anova .....	59
Tabla 10 Cuadro de coeficientes. ....	59
Tabla 11 Alpha de Cronbach de comunicación interna .....	60
Tabla 12 Alpha de Cronbach de motivación laboral.....	61
Tabla 13 Cuadro descriptivo independiente.....	61
Tabla 14 Cuadro descriptivo dependiente.....	62

## Lista de Figuras

Figura 1 Modelo de Laswell .....	12
Figura 2 Modelo de Shannon y Weaver.....	13
Figura 3 Modelo de Osgood y Schramm .....	14
Figura 4 Pirámide de Maslow... ..	61
Figura 5 Cuadro de Herzberg.....	61

## **Introducción**

La presente investigación titulada “ comunicación interna en trabajo remoto y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021” tiene como propósito general evaluar como la comunicación influye en la motivación laboral, para lo cual analizaremos el proceso de emitir y recibir mensajes en la actualidad de manera remota dentro de las empresas de call center, dicho proceso es complejo e incluye dimensiones: esencial, estratégica, valorativa, motivacional, aprendizaje, inteligencia. La motivación laboral es la influencia que tienen las empresas a con sus asesores de mantener un estímulo positivo para así realizar objetivos de la empresa en relación con su trabajo. Se eligio estudiar ambas variables debido a los procesos por los cuales las empresas en la actualidad están pasando, estudiar las nuevas estrategias y la manera en que se están comunicando y relacionándose entre sí, con sus superiores y con sus colaboradores.

Este trabajo consta de un primer capítulo donde se plantea el problema, los objetivos a desarrollar y limitaciones de estudio, en el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico y encontraremos los antecedentes del problema tanto nacional e internacional y sus bases teóricas, el capítulo tres muestra la metodología de investigación y análisis, para finalmente presentar en el capítulo cuatro los resultados finales con el análisis respectivo, se establecen conclusiones y recomendaciones sobre el problema expuesto.

# Capítulo I: Problema de la Investigación

## 1.1. Descripción de la Realidad Problemática

La presente investigación tiene como objetivo el estudiar la relación entre las variables comunicación interna y motivación laboral para así brindar contenido científico a las futuras investigaciones referente a las variables de estudio.

En la actualidad, en este mundo globalizado y altamente competitivo nos mantenemos en constantes cambios, los que determinan en diferentes oportunidades el comportamiento de las organizaciones e instituciones. En el desarrollo y crecimiento económico actual en el país durante los últimos años, hacen que muchos de estos cambios sucedan para poder competir en un mercado muy exigente, donde el servicio brindado debe ser de calidad.

Se han presentado diferentes cambios con la llegada de la pandemia en el entorno, social y laboral, el impacto del COVID-19 en las organizaciones ha causado que las organizaciones se planteen nuevas estrategias, en ellas la que más se ha manifestado claramente ha sido el trabajo remoto, donde la comunicación interna y la motivación laboral juega un papel importante para el desarrollo de las funciones del colaborador.

En la ciudad de Lima Metropolitana se encuentra las diferentes empresas de call center, existiendo cerca de 40 empresas de call center entre nacionales y extranjeras, de las cuales 12 son las más importantes y concentrando el 80% del empleo que genera el sector. Las cuales con la llegada del COVID-19 tuvieron un cambio significativo al trabajo remoto.

Toda organización necesita comunicarse y motivarse laboralmente para así facilitar el trabajo y desarrollar resultados positivos. Actualmente con la llegada del COVID-19 las

empresas de call center de Lima Metropolitana generaron el cambio al trabajo remoto desde casa, cambiando así la forma de trabajar y cambiando la forma en que las empresas se comunican con sus empleados, adaptándose a las nuevas estrategias de comunicación interna y motivación laboral. El proceso de adaptación a la nueva forma de trabajar, el cambio de hábitos y costumbres, tienen un impacto emocional, el cual la comunicación interna debe centrarse desde su nueva perspectiva. El colaborador pasa por un proceso de cambio, de ser un ser colectivo, a un ser individualista, la motivación laboral que era gestionado en las organizaciones, es cosa del pasado, cada colaborador ahora debe trabajar en su propia motivación laboral de una manera virtual, en el microclima de su hogar, con elementos que no estaban presentes en sus centros de trabajos y pasando por situaciones que no puede evitar: crisis domésticas, atención a hijos, padres, etc.

Por todos estos factores, en ayuda a fortalecer la motivación laboral, será necesario determinar las expectativas que el colaborador tiene dentro de la organización para así mejorar la comunicación interna y a su vez obtener un mejor resultado.

Es por ello que es necesario reconocer la importancia de la comunicación interna y la motivación en el ámbito laboral, con la influencia directa en la productividad de la organización, lo que ello implica desarrollar observaciones en las que se investigue la importancia de mejorar la comunicación y así tener una motivación, obteniendo un mejor desarrollo en la productividad.

Se aconseja el reconocer la importancia de la motivación dentro de las organizaciones, esto ameritando investigar la influencia de la comunicación en esta.

## **1.2. Planteamiento del Problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿De qué manera se relaciona comunicación y motivación laboral

en los asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021?

### **1.2.2 Problemas específicos**

¿De qué manera se relaciona esencial y motivación laboral

en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021?

¿De qué manera se relaciona operativa y motivación laboral

en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021?

¿De qué manera se relaciona estratégica y motivación laboral

en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021?

¿De qué manera se relaciona valorativa y motivación laboral

en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021?

¿De qué manera se relaciona motivacional y motivación laboral

en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021?

¿De qué manera se relaciona aprendizaje y motivación laboral

en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021?

¿De qué manera se relaciona inteligencia y motivación laboral

en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021?

### **1.3. Objetivos de la Investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Determinar la relación entre la comunicación y motivación laboral

en los asesores telefónicos de de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

Determinar la relación entre esencial y motivación laboral

en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.

Determinar la relación entre operativa y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.

Determinar la relación entre estratégica y motivación laboral

en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.

Determinar la relación entre valorativa y motivación laboral

en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.

Determinar la relación entre motivacional y motivación laboral

en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.

Determinar la relación entre aprendizaje y motivación laboral

en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.

Determinar la relación entre inteligencia y motivación laboral

en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.

#### **1.4. Justificación e Importancia de la Investigación**

La presente investigación se justifica para analizar la relación existente entre la comunicación interna y la motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana, con el fin de aportar teóricamente en el conocimiento de la comunicación interna y motivación laboral, ya que la comunicación es lo que mantiene viva una organización, puesto que no existe empresa u organización donde no exista comunicación interna, de esta manera la comunicación interna es el factor más importante dentro de la gestión empresarial, es por ello que una mala comunicación interna tiene como resultado un comportamiento negativo en la motivación en los colaboradores, afectando la productividad y desarrollo de la organización. Con esto, el estudio se justifica metodológicamente y de forma práctica, ya que contara con instrumentos medibles los cuales presentan fiabilidad y viabilidad para el estudio y otras investigaciones. Abarcando también la justificación social, partiendo en el problema y el desarrollo a soluciones con el fin de lograr y contribuir para el beneficio de la organización y la población.

### **1.5. Limitaciones de la investigación**

Una de las limitaciones fue el factor de desplazamiento, ya que actualmente estamos viviendo una pandemia por el COVID-19, causando el poco acceso a entidades para la recolección de información.

También en la búsqueda bibliográfica, la búsqueda correspondiente a la variable motivación laboral se halló limitada, siendo esta un obstáculo para el desarrollo de la base teórica. Por ello los trabajos de investigación que estudian las variables comunicación interna y motivación laboral, menores a cinco años de antigüedad eran limitadas.

## Capítulo II: Marco Teórico

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. Internacionales

Ronquillo (2018) en su tesis *La comunicación organizacional y su influencia en la motivación laboral*, Milagro, mayo 2018 ECUADOR. Esta investigación documenta y analiza a la comunicación organizacional Interna y su influencia sobre la motivación. Se explica a la comunicación como un factor importante, para el conocimiento de la cultura organizacional, para los valores de una organización ya sea por medio de la escritura, el habla o símbolos, todas estas variaciones de comunicación son utilizadas dependiendo de la necesidad y circunstancia que se desea dar a conocer.

Se sabe que dentro de cada Organización es importante, el saber de la existencia amplia de interacción entre los directivos con el empleado y entre los empleados, en donde se da a notar todos los factores de la comunicación, motivando así a los empleados para que aporten y den todo de sí mismos, generando una mejor productividad y alcanzando el crecimiento de la organización.

Flores (2017) en su tesis *Comunicación Organizacional interna y satisfacción laboral en el personal del hospital corazón de Jesús ciudad de el alto*. Considera a la comunicación en la actualidad como un factor indispensable en una organización, es lo que une a los elementos de una organización y que atribuye a sus características esenciales: la de ser un sistema, es la adherencia de las partes de una organización. La satisfacción laboral, es toda sensación placentera o positiva que se tiene al realizar un trabajo o actividad de su interés, en un ambiente con estabilidad, crecimiento profesional y equilibrio entre la vida personal y la laboral, permitiéndole estar seguro en la organización.

El objetivo de poner fin a la relación entre la comunicación organizacional interna y la satisfacción laboral del personal administrativo y de servicios del Pital Corazón de Jesús en la ciudad de El Alto.

Diseño y metodología: el estudio es analítico, transversal y toma en cuenta una muestra de 112 empleados del hospital Corazón de Jesús siendo 80 médicos y enfermeras, 12 de administración y 20 de

servicios, a los que se les tomo un cuestionario de comunicación organizacional interna y otra preparada para la satisfacción laboral de Meliá y Peiro S20 / 23 con la escala Likert. Dando la respuesta de este estudio, un grado de comunicación organizacional global de 5,7% como óptimo y 56,2% como deficiente, el grado de satisfacción laboral global como insatisfecho con 11,6%, 58,9% como indiferente y 29,36% como satisfactorio. Finalmente, se realizó la prueba de chi-cuadrado, cuyo valor fue ( $\chi^2 = 0,12$ ). En la tabla de distribución de Chi2 se observó que para 1 grado de libertad y un alfa de 0.05 un valor de 3.8 corresponde a un valor ( $\chi^2 = 0.12$ ) menor que 3.8. H. la proporción de empleados con una comunicación organizativa deficiente u óptima no influye en su satisfacción en el ámbito laboral.

Trinidad (2016) Expone en su tesis La comunicación interna como fundamental para el desarrollo humano en el área de comunicación social del tribunal federal de justicia fiscal y administrativa (TFJFA), surgiendo está investigación ante la necesidad de analizar organizacionalmente, mediante una investigación teórica.

Define los cimientos para tratar de demostrar a la comunicación interna como una herramienta fundamental para el desarrollo humano en la dirección general de comunicación social (DGCS) del tribunal federal de justicia fiscal y administrativas (TFJFA)

Para entender a la comunicación interna en el desarrollo de una organización, se requiere factores importantes para el desarrollo humano dentro de la organización, mediante factores descriptivos, así como explicativos, los cuales tienen bastante relación entre sí.

Daremos a conocer en esta investigación, los posibles problemas que se presentan de DGCS del TFJFA; de esta forma, iremos entendiendo cada elemento, lo cual nos dará una conclusión final, logrando que los lectores entiendan la presente investigación.

Hernández (2016) en su tesis *Comunicación Interna y clima laboral en el Departamento de Exportaciones de una empresa maquillados*. Se ejecuto una investigación bibliográfica y documental en la biblioteca central de la Universidad de San Carlos de Guatemala y en la biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Flavio Herrera, así como investigaciones virtuales (internet).

De esta manera es que se hace un preámbulo de la importancia preponderante que tiene la comunicación interna y el estudio del clima laboral que tiene una relación entre sí con la satisfacción laboral, es por ello que en este estudio veremos si esta relación de confirma o no.

Para ello se efectuó una evaluación al personal del departamento de Exportaciones de una empresa maquillados. Resultados y conclusión: Los hallazgos más importantes incluyen mala comunicación interna debido a la falta de retroalimentación, la empresa no es responsable de capacitar a sus empleadas, hay falta de motivación, lo que genera un ambiente laboral deteriorado para el departamento de exportación de la empresa maquilladora. Concluyendo que la empresa necesita mejorar sus comunicaciones internas, así como el clima laboral para que la comunicación fluya de dos maneras, capacitar y motivar a sus empleados para que se pueda incrementar la productividad.

Báez (2016) En su elaboración del trabajo de investigación, se toma como elemento fundamental la creación de un plan estratégico de comunicación interna para la gestión de la identidad corporativa de la Corte Nacional de Justicia, ubicada en la ciudad de la Corte Nacional de justicia, ubicada en la ciudad de Quito,

A partir de su cambio de imagen corporativa realizada en septiembre del año 2013. Se estudio la forma en que su público como: consumidores, clientes, proveedores y trabajadores ve a su empresa y saber lo que piensan de esta organización. Es indispensable la determinar factores relacionados entre estos dos activos intangibles; además de analizar las herramientas, canales y mensajes de comunicación interna que se plantean en conjunto con la identidad corporativa. De esta forma se planteó las estrategias y acciones propuestas, realizando así una investigación bibliográfica; además del emplear, análisis de

encuesta y realizando entrevistas al público interno de la organización, como en este caso son: jueces, conjueces y personal administrativo; quienes serían los principales favorecidos de la determinación de los elementos constitutivos de su identidad organizacional, pues con esto, se podrá reconocer los aspectos vinculados con la identidad verbal, visual, objetual, ambiental e incluso comunicacional que dicha organización muestra.

Como resultado de esta investigación se pudo dar a conocer que el cambio de imagen organizacional fue bien percibido por su público interno, pero pese a ello para que un cambio de esta magnitud sea efectiva es fundamental trabajar internamente, desarrollando la personalidad de la entidad, basada en sus principios y guiando adecuadamente su comunicación interna; pues todo cambio debe ir de la mano con una estrategia original y llamativa de intercambio de información entre su público de interés.

Con ello se toma a la comunicación interna como un factor esencial para la gestión de la identidad corporativa que genera e influye en sentido de pertenencia; además de guiarla para la creación de relaciones sociales entre los trabajadores, permitiendo la existencia de una relación idónea entre lo que es una organización y comunica internamente.

### **2.1.2 Nacionales**

Rojas (2019) en su tesis titulada “Influencia de la Motivación en el Desempeño Laboral del Personal Administrativo de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Amazonas, Chachapoyas, 2019”, pretende determinar la influencia de la motivación en el desempeño laboral del personal administrativo de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Amazonas, Chachapoyas, 2019. En esta investigación se realizó una encuesta a 87 trabajadores, los cuales fueron usados como muestra, para la recolección de datos de las dos variables ya mencionadas, se utilizó un cuestionario con escala de valorización de Likert. Esta investigación contiene un diseño no experimental de corte

transversal. Para el estudio de los datos se utilizó la estadística descriptiva, se usaron software como Excel, SPSS, exponiendo los datos mediante tablas y gráficos estadísticos, para con ello comparar las hipótesis, obteniendo como principal conclusión que la motivación influye efectivamente sobre el desempeño laboral, lo que se entiende que, a más motivación, más será el desempeño laboral de los trabajadores en la entidad estudiada. En tal caso la organización tiene, como tarea primordial el motivar al trabajador para así conseguir un desempeño óptimo a la realización de sus tareas, obteniendo las metas planteadas por la organización

Almonacid (2019) en su tesis, “Influencia de las estrategias de comunicación interna en el clima organizacional de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica, 2017”. Se estudia la percepción del clima organizacional en los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica da a conocer las deficiencias presentadas en su comunicación interna y en su clima organizacional, en efecto, en esta investigación se tenía como objetivo determinar la diferencia de la percepción del clima organizacional luego de efectuarse estrategias de comunicación interna en los colaboradores de la MPH. Por ello, la investigación fue mixta cualitativo - cuantitativo y el tipo de investigación fue de tipo explicativo. Como resultado no se obtuvo ningún cambio significativo en la percepción del clima organizacional que presenten los colaboradores de la municipalidad luego de aplicar las estrategias de comunicación interna. En cualquier organización es primordial la comunicación, pareciendo sencillo de plantear esto en una organización el implementar ciertas estrategias de comunicación entraña más dificultad de lo que parece. Pero las organizaciones para funcionar de forma óptima necesitan que sus recursos humanos y las diferentes partes actúen de una forma coordinada para lograr el alcance de los objetivos.

Con ello, se puede señalar que las estrategias aplicadas han tenido un impacto positivo en la percepción de los trabajadores sobre el MPH. Siendo esta la primera vez que se aplican las estrategias, donde factores exógenos de contexto, tiempo de ejecución, cultura y resistencia al cambio juegan un papel importante en estos resultados.

Rincón (2017, en la tesis de Lazo y Rojas 2019), En su investigación, Percepción de la comunicación interna en los trabajadores de la Asociación Cultural Brisas de Titicaca, Lima 2017, elaborado en la Universidad Cesar Vallejo; Se obtiene una respuesta positiva de parte de los trabajadores asociado a la comunicación interna, el plantea un método de encuesta de 20 preguntas a 50 trabajadores. Los cuales da como resultado un 68 % favorable, lo que da entender que los trabajadores se sienten a gusto con la comunicación interna empleada en la organización. Esta investigación fue de diseño descriptivo simple enfocándose también a lo cuantitativo. Con esto, se disocia que el 34 % de los trabajadores si se les informa sobre las actividades de la organización, el 38 % indica que, si se les consulto su opinión, el 52 % considera como positiva la función de identidad organizacional, el 44% sabe las metas de la organización, el 40 % de trabajadores son informados. Concluyendo así con 40 % que exponen que existe buena fluidez de la comunicación y el 62% reconoce una buena asimilación de la tarea de la integración.

DIEGUEZ et al. (2018), con la investigación, COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y LA MOTIVACIÓN DEL PERSONAL EN LA EMPRESA CONFECIONES RUBERT E.I.R.L. AÑO 2016. El objetivo principal de esta tesis es encontrar la relación entre (Comunicación corporativa y Motivación del personal). Por ello este estudio se centra dentro de una investigación correlacional y transversal, ya que las relaciones entre ellas se han establecido a través del análisis, observación y descripción de las variables. Los datos estadísticos sustentados por una encuesta provienen de los resultados obtenidos de la aplicación de las herramientas Confecciones Rubert E.I.R.L. Breña, 2017 y validado por expertos científicos, que incluye un cuestionario para cada una de las dos variables ya mencionadas.

Torres (2020) La presente investigación titulada, La comunicación, el liderazgo, la motivación y el empoderamiento en la satisfacción laboral de trabajadores de la municipalidad de San Antonio, Moquegua 2019, ha tenido como principal objetivo, mediante regresión lineal, expresar la repercusión de variables explícitas, comunicación, liderazgo, motivación y empoderamiento en la variable de interés satisfacción laboral. Se uso un método, hipotético deducible, en muestra censal, midiendo las variables, estadística descriptiva, procesando mediante la tabla de distribución de frecuencias y porcentaje. Concluyendo, como resultado una  $Sig.= 0,000 < 0,01$ , por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se confirma la hipótesis alternativa, es decir: La comunicación, el liderazgo, la motivación y el empoderamiento laboral influye efectivamente de manera ‘positiva y en nivel moderada entre las variables predictoras y variable de interés.

## ***2.2. Bases teóricas***

### **2.2.1 Comunicación Interna**

#### **2.2.1.1. Definición**

La comunicación es el intercambio de información, pensamientos e ideas que se da entre dos seres en un espacio o lugar determinado.

Silva y Loreto (2004, como se citó en Polo, 2019) mencionan que la comunicación se proyecta como la emisión de una información que se produce entre un emisor y un receptor. Es todo proceso de interacción social, verbal o no verbal, abarca cualquier proceso en el que el comportamiento de una persona actúa como estímulo para el comportamiento de otra.

Tessi (2011, como se citó en Trujillo, 2017) Se podría decir entonces que la comunicación interna es aquella comunicación que surge dentro de una empresa y que está formada por todos los miembros que la componen, fomenta la comunicación y los motiva para que realicen con buena actitud sus tareas.

Andrade (1991, como se citó en Silva, 2018) define a la comunicación Organizacional interna como todo mensaje que se transmite y se intercambia entre todos los que forman parte de una organización, la manera de intercambiar estos mensajes son variados y de diferentes formas, utilizándose medios interpersonales o medios de comunicación tradicional como: memorándum, circulares, boletines, tableros de avisos, periódicos murales y manuales de la organización hasta programas multimedia, audio visivos, circuitos cerrados de televisivo.

Crespo et al. (2015, como se citó en Saboya, 2016) Expresa que la comunicación interna es el cumplimiento de actividades, ya que, gracias a una buena comunicación interna, aumenta la productividad, se genera la solución de conflictos mucho antes, mejora la relación entre los colaboradores y genera tranquilidad. Por ese motivo el contar con materiales para una óptima productividad, estimula a los colaboradores a que realicen su trabajo de forma eficiente, tener en cuenta sus opiniones y contar con un ambiente de confianza.

Los colaboradores llegan a conocer la misión y visión de la organización y sentirse tranquilos e involucrados por la constante información por parte de la organización.

Andrade, (2005, como se citó en Santur) Define a la comunicación interna como la interpretación y comprensión que se tiene entre el receptor y el emisor para poder decodificar el mensaje, mediante la retroalimentación, así se verá el verdadero significado del mensaje sin ser malinterpretado.

Para que el grupo de trabajadores de una empresa se mantenga informados, integrados y motivados en realizar su trabajo y alcanzar los objetivos de una empresa, se genera diferentes tipos de comunicación que debe contar con ciertas actividades efectuadas por la organización que los haga crear y mantener buenas relaciones entre sus compañeros de alto o bajo nivel.

### 2.2.1.2 Tipos de comunicación interna

Brandolini y Gonzales Frigoli (2009, en Guerra y León, 2020) Menciona que, en la organización, los canales por donde transita la comunicación son esenciales e indispensables para la circulación de la información, así se llega a cumplir de una manera adecuada y correcta. Es de suma importancia, ya que es el medio por el cual toda información viaja.

Esto quiere decir que un canal de comunicación es todo soporte comunicativo, sin ello sería imposible la transmisión de información. En tal caso toda organización debe contar con un medio de comunicación que se adhiera mejor a la información que se transmitirá, con el objetivo, que cada trabajador pueda recepcionar y entender con facilidad.

En toda organización existen dos tipos de canales: los formales y los informales.

- La comunicación formal: Se refiere a los canales oficiales de la organización, tanto oral como escrita.

Este tipo de comunicación se da entre directivos, empleados, superiores o subordinados y viceversa.

Ejemplo: Las reuniones para toma de decisiones, informes sobre el trabajo realizado, entrevistas para ocupar un puesto, entre otros. Por lo general suele demorar la transmisión de una comunicación formal ya que se rige en los cumplimientos de normas y tiempos institucionales.

- La comunicación informal: Es una comunicación libre de toda formalidad organizacional. Los dirigentes de una organización pueden recolectar información que no se pueda mediante una comunicación formal. Esto se refiere a los comentarios, opiniones o sugerencias que nacen de las conversaciones sociales entre los empleados. En tal caso esta comunicación viaja más rápida que la formal y puede generar malentendidos y conflictos mediante el rumor entre los empleados.

- Direccionalidad:

o Descendente: Este tipo de comunicación es la que se produce desde lo más alto de una organización como la gerencia o dirección hacia lo más bajo. Mantiene una estructura jerárquica, asegura un mayor

desempeño en las instrucciones e información ya que proviene de los más alto de una organización. Esta comunicación puede ser transmitirse de manera oral, mediante reuniones, conferencias, conversaciones, etc. O escrita como manuales, documentos como oficios, revistas internas, avisos, circulares, e – mail, etc.

Esta comunicación es importante ya que los directivos pueden informar a los trabajadores de más bajo nivel, sobre la misión, visión, los objetivos y valores de la organización. Esto también ayuda a que los altos mandos de una empresa valoren las fortalezas y debilidades de sus trabajadores y asignarles trabajos más acordes a sus características laborales.

o Ascendente: Es cuando la comunicación empieza desde lo más bajo de la escala jerárquica de una organización. Los empleados ponen en manifiesto sus sugerencias, opiniones y necesidades sobre el trabajo que desempeñan, los más altos mandos reciben este tipo de información de forma favorable y con ello tratan de satisfacer los deseos de los empleados y así generar un buen ambiente laboral. El objetivo es que crezca la confianza entre empleado y directivo, así poder fortalecer la relación, pero cabe también la desventaja de que el mensaje sea distorsionado o llegue con lentitud al recorrer la manera ascendente.

Esta comunicación puede realizarse de distintas maneras. Por ejemplo: encuestas, buzón de sugerencia o reuniones individuales con los empleados.

Entonces puede decirse que esta comunicación es de suma importancia en una organización ya que genera la claridad de la información si se realiza de una manera correcta, mejora la productividad, genera la participación del empleado y por último la resolución de problemas ya que al intervenir todos los empleados es más fácil y rápido resolverlo.

o Horizontal: Es aquella comunicación que se realiza con miembros de un mismo nivel jerárquico, sirve para coordinar la información y así las personas con el mismo nivel en una organización puedan cooperar y ayudarse mutuamente.

La importancia de esta comunicación es el facilitar el desarrollo de las tareas ya que permite el establecer relaciones interpersonales con otros miembros del mismo nivel, pero de diferente departamento o grupo. Este tipo de comunicación se da a través de juntas, informes, asambleas, etc.

o Oblicuas o transversales: Esta comunicación es extremadamente informal y se da en los diferentes niveles jerárquicos de una organización, ya que se da entre diferentes departamentos y diferentes niveles jerárquico. Ya que, de este modo, se llega a transmitir un mensaje claro y directo.

Esta comunicación es importante ya que modifica comportamientos, aumenta el desempeño laboral, eleva el rendimiento e incrementa la competitividad.

Como ejemplo podemos tomar la comunicación entre un Directivo de un departamento de Finanzas y un empleado de comercial.

Estas dos comunicaciones formal e informal en una organización es fundamental, ya que la formal es como la identidad de una empresa y la informal aporta información sobre el clima laboral. Sin embargo, actualmente con el trabajo remoto esta coexistencia está siendo menos perceptible.

### **2.2.1.3 Elementos de la comunicación**

Según Pizzolante (2004, p.98, como se citó en castillo y Córdova, 2019)

Menciona los elementos que deben estar en un manual de gestión, así poder tener un instrumento que sintetice y explique los procedimientos de una empresa, mostrando, así como realizan la función comunicativa en una empresa.

Se deben tomar en cuenta algunos aspectos:

- Plan estratégico de imagen corporativa: Sintetiza a una empresa en términos de imagen y comunicación. Tiene la función de englobar diferentes aspectos cognitivos, afectivos y actitudinales, los cuales diferentes públicos tendrán un desarrollo positivo o negativo respecto a una empresa u otra.
- Organización de la dirección de comunicaciones: Se debe formar un equipo colaborativo donde todos formen un solo equipo para ofrecer un mejor servicio con seriedad y donde ninguna toma de decisiones comunicacional sea a la ligera, así poder solucionar cualquier aspecto que afecte a la organización.
- Normas generales de comunicación: Es el aspecto único de cada Organización, referente a sus componentes de información y comunicación, los métodos, procesos, canales, medios y medidas que utilizan un enfoque sistemático y regular para asegurar el flujo de información en todas direcciones con calidad y actualidad. Esto significa que se pueden completar tareas individuales y grupales.
- Mapa de públicos: Su objetivo es la realización de una tabla o mapa, en el cual se distingue los targets o públicos objetivos (internos y externos) y así no cometer errores por desconocimiento.
- Plan anual de comunicación: Es un documento u hoja de ruta que incluye la forma en que una empresa va a dirigirse a su público y cuando, también indica los objetivos anuales de comunicación que se quieren alcanzar y facilita las tareas y acciones que realizarán.

- Diseño de plan de comunicación exitoso: Este documento reúne las políticas, estrategias, recursos, metas y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que una organización pretende implementar. Tener uno ayuda a organizar los procesos de comunicación y orienta el trabajo de comunicación

#### **2.2.1.4 Herramientas de la comunicación interna:**

Zylberdyk (2003; p.25 como se citó en Flores, 2018)

Menciona las funciones más importantes en una organización, las cuales ayudaran con la mejora de la comunicación interna dentro de una empresa.

- Manual del empleado: Es un documento sencillo que tiene como objetivo regular convivencia en el trabajo y evitar conflictos.
- Comunicaciones escritas: Tiene diferentes objetivos como informar, convencer o entretener. Se puede presentar como: folletos, cartas, memorándum, E-mails, diarios, revistas, libros, internet y todas sus variantes.
- Boletín informativo: Es aquel contenido que un suscriptor de un sitio web o blog recibe periódicamente por email y tiene el objetivo de informar sobre las últimas novedades de un tema. Una estrategia eficaz para construir relacionamiento y aumentar tu tráfico web.
- Comunicación electrónica: Se desarrolla a través de un computador o dispositivos similares, para transmitir hechos importantes de la organización.
- Reuniones: Donde se realiza una comunicación mutua de personas de diferentes cargos e incluso organizaciones para llegar a una decisión conjunta.

- Comunicaciones informales: se refiere al intercambio de información de manera no oficial. Llamado también rumor de oficina.
- Premios de reconocimiento: Una forma de recompensa en público que se otorga a los empleados por algún merito, servicio o contribución. Esto llega a formar un ejemplo para otros de la misma empresa.
- Estudios de actitud del empleado: Se estudia y evalúa al empleado sobre la conformidad del trabajo que está realizando, para luego cotejar con otros empleados, brindando el apoyo necesario.

### **2.2.1.5 Modelos teóricos de la comunicación interna**

Silva (2021) En los inicios de la comunicación interna, las diferentes formas de verla, en las primeras décadas del siglo pasado. Aristóteles determino a la comunicación como:” la búsqueda de todos los medios posibles para la persuasión”, considerando tres componentes en la comunicación como: el orador (la persona que habla), el discurso (el mensaje) y el auditorio (la persona que escucha). Es por ello, que se pretende contextualizar 3 modelos de la comunicación.

A) Modelo de Laswell: Este modelo se plantea de una manera descriptiva cuya finalidad era estudiar el proceso de la llamada comunicación afectiva. Por lo tanto, la idea principal del modelo era estudiar como un comunicador podía cambiar su forma de comunicarse de tal manera que afecte específicamente al destinatario del mensaje. Los procesos de comunicación de esta teoría se basaban en las respuestas de estas 5 preguntas: “quien”, “dice que”, “a quien”, “por qué canal” y “con que efecto”. Este modelo, aunque es uno de los primeros en tratar el tema de la comunicación, también es considerado uno de los más dominantes en este sector, a pesar del tiempo de este modelo sigue siendo muy influyente en las distintas áreas

de comunicación. Se describe también el proceso de comunicación de este modelo como lineal y unidireccional. Hoy su sistema se utiliza para analizar la comunicación interpersonal o grupal al enviar un mensaje. También se ha empleado para realizar investigaciones sobre las formas de comunicación utilizadas principalmente en el campo de la propaganda y la publicidad.

## Modelo de Laswell

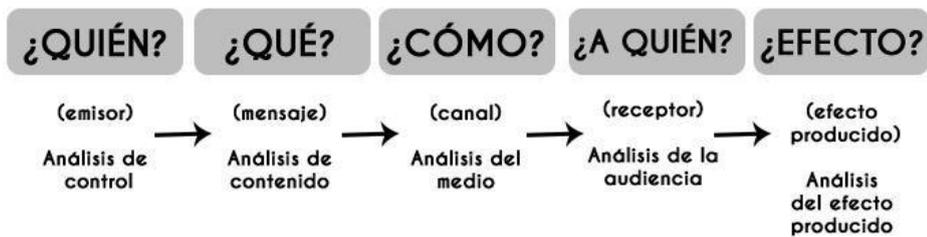


Figura 1 Modelo de Laswell (1920)

B) Modelo de Shannon y Weaver: Este modelo de comunicación o teoría de la información, se pensó en función a la cibernética, la cual describe la interacción entre maquinas, no entre humanos. La comunicación entre maquinas se pensó y modelizo sobre la base de lo que conocían sus creadores. Esta teoría presenta dos actores del acto comunicativo como: el emisor y el receptor, pero dentro de este incluimos el ruido. Este modelo permite el estudio de la cantidad de información de un mensaje en función a la capacidad del medio. Al hablar de transmitir información mediante la comunicación se trata de un término total mente diferente al que conocemos en general, por ejemplo: en la comunicación por radio, son los parásitos e interferencias. Estas interferencias en la comunicación repercuten en la perturbación del flujo de comunicación o en que el receptor no reciba el mensaje.

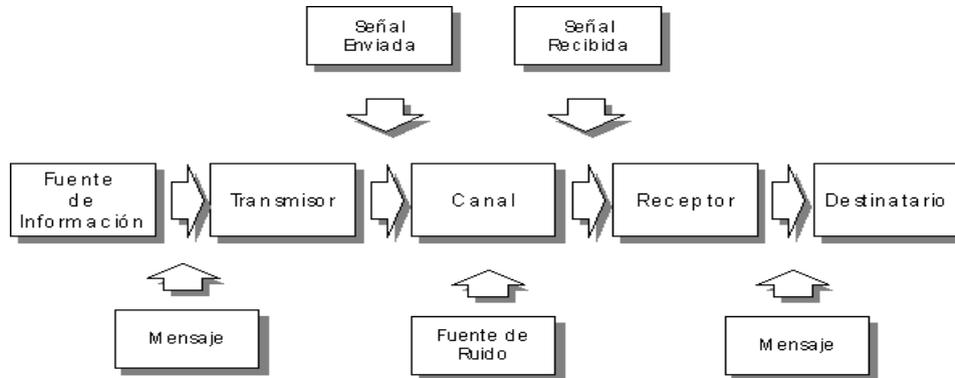
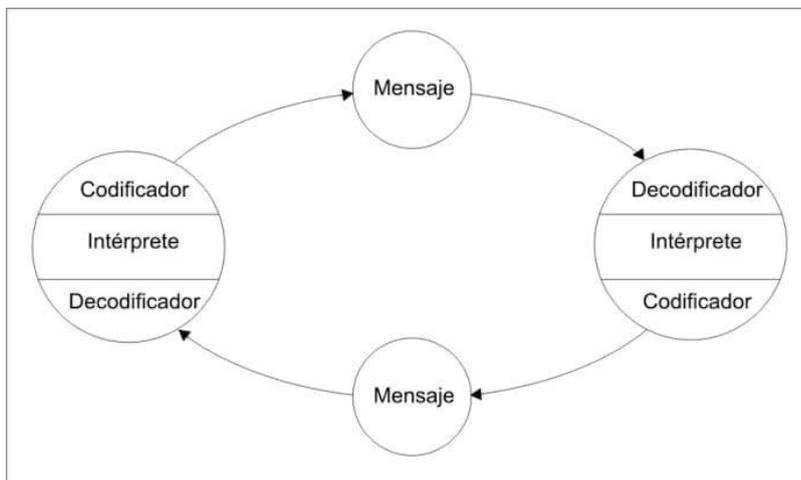


Figura 2 Modelo de Shannon y Weaver (1948)

c) Modelo de Osgood y Schramm: Este modelo de comunicación no es un proceso lineal como el de Shannon y Weaver, sino que es circular ya que se entiende que lo importante de la comunicación son los factores que intervienen en el proceso, es decir que requería que dos participantes se turnaran para enviar y recibir un mensaje. Esto ayuda a que las dos partes compartan sus comentarios, los que confirman que el mensaje ha sido recibido y decodificado.



Modelo de Osgood y Schramm

Figura 3. Modelo de Osgood y Schramm (1954)

### 2.2.1.6 Funciones de comunicación

Robbins y Judge (2009, como se citó en Lazo y Rojas, 2019)

Mencionan que la comunicación que se realiza en una organización desempeña una o más funciones, para así lograr un trabajo eficaz. En tal caso ellos clasificaron cuatro funciones primordiales en una organización: control, motivación, expresión emocional e información.

- ❖ El control: La comunicación sirve para controlar de distintas formas, la conducta de los miembros de la organización, mediante las normas y procedimientos de trabajo. Esto cuenta con jerarquía de autoridad y pautas formales que los empleados deben seguir. Ya que, si el empleado llegase a tener algún inconveniente laboral, se le pedirá comunicarse con su jefe inmediato, siguiendo las normas de la empresa. Así mismo la comunicación informal, también controla el comportamiento. Se podría decir que, si un colaborador no cumple con sus funciones, el grupo de trabajo afectado, comunicara informalmente para controlar su conducta.
- ❖ La motivación: La comunicación influye, en la motivación de un colaborador, al informarle sobre las tareas a realizar y como se llevarán a cabo, en función a sus resultados esperados, esto se asocia con el llamado feedback o retroalimentación, brindando un discurso convincente sobre la motivación. Se ve reflejado cuando un trabajador recibe información de manera clara y positiva mediante una opinión, sobre el desempeño realizado laboralmente, causando un arma de desarrollo personal y profesional.
- ❖ La Expresión emocional: La comunicación también ayuda a relacionarse de forma interpersonal. Ya que tiene un papel importante a la hora que el colaborador quiera conocer nuevas amistades y crear nuevos lazos entre distintos individuos. En tal

caso la comunicación es un medio en donde el colaborador demuestra sus sentimientos y satisface sus necesidades sociales.

- ❖ **La Información:** La comunicación proporciona la información que los individuos o grupos necesitan para tomar decisiones, generar datos, identificar y evaluar alternativas. La transmisión de información es fundamental cuando hablamos de este término. Las personas se comunican para vivir una vida equilibrada en sociedad.

### **2.2.1.7 Barrera de la comunicación**

En la comunicación puede surgir interferencias, que, al no aplicarse soluciones para evitarlas, dificultan la recepción de un mensaje o señal.

A esto se le llama barreras de la comunicación, son obstáculos que se generan en el proceso de una comunicación, llegando así a distorsionar el mensaje.

Junta de Andalucía (2012, como se citó en Benegas, 2020) nos expone los tipos de barreras en la comunicación.

**Semántica:** Se relacionan con el significado de las palabras; es decir, con el código utilizado para la comunicación, que puede variar entre remitente y destinatario, lo que da lugar a una mala interpretación o distorsión del mensaje. Esta barrera está relacionada con las diferencias de dialecto o idioma.

**Física:** Se refiere al lugar y ya no a la persona que comunica, sino en donde se esta comunicando, las barreras de comunicación en tal caso serian factores ambientales (ruido, distancia, clima, etc.) o tecnológico (falta de internet, mala calidad del equipo, falla de señal, etc.)

**Personales:** Puede darse tanto por el emisor como por el receptor, proviene de las actitudes, los valores y malos hábitos del individuo. Básicamente se constituye de las barreras que surgen de las emociones humanas, de la tendencia de juzgar y de malos hábitos al no escuchar.

**Fisiológica:** Esta barrera puede presentarse tanto en el emisor como receptor, ya que se refiere a las condiciones médicas (sordera, ceguera, mudez etc.) que se tengan de nacimiento o se hayan adquirido, también se refiere a las enfermedades transitorias (resfriados, alergia, disfonía, etc.) afectando directamente la comunicación.

**Psicológica:** Esta barrera tiene que ver con el estado psicológico, tanto del emisor como del receptor, influye por completo su estado emocional o personalidad, también se puede deber a un rechazo hacia el otro o hacia el mensaje que se quiera transmitir, los estados emocionales como: odio, temor, tristeza, alegría, etc. Generando prejuicios para aprobar o desaprobar el mensaje, no entienda o no crea lo q se le dice o lee.

**Administrativa:** Esta barrera se debe por falta de planeación, presupuestos pocos claros, sesgo semántico, lenguaje deficiente y evaluación prematura.

Esto se debe a la sobre carga y pérdida de información, las deficiencias en la atención al cliente y la falta de planificación. Llegando a referirse a los canales por donde transita el mensaje.

## **2.2.2 Motivación**

### **2.2.2.1 Definición**

La motivación es lo que influye en un ser, a terminar un trabajo establecido.

Toda conducta nace de algún tipo de motivo.

McClelland (1989, como se citó en Ángeles, 2018) Define a la motivación como una necesidad que lo impulsa para llegar a obtener sus metas personales, separándolas en tres tipos de necesidades: la motivación por afiliación, la motivación por poder y la motivación por logro. Este autor define a la primera como la necesidad de mantener una relación afectiva con otra persona. A la segunda, la define como la influencia mediante el poder de en otro ser humano o grupo de ellos, generando así que compartan sus ideas o puntos de vista. Y a la tercera la define como el impulso de sobresalir, de llegar a conseguir una recompensa o reconocimiento público.

Arias Heredia (2004, como se citó en CANLLAHUA y YUCRA, 2019) Sostuvo que la motivación es el conjunto de variables que activan la conducta y la guían en un mismo sentido para que obtenga un determinado objetivo, se podría decir entonces que la motivación involucra emociones biológicas, sociales y culturales. Se trata de un factor psicológico que orienta, mantiene y determina el desarrollo de una persona. Se concluye que la motivación es diferente en cada persona a causa de las diferentes necesidades. Refiriéndose a emociones fuertes que determinan un comportamiento hacia una meta.

Según Gómez (2013, como se citó en Huamán, 2018) Define a la motivación como la razón que nos anima a iniciar y mantener comportamientos, ya que para motivarse con metas personales se necesita de uno mismo. Pero en una organización, cuando se desea generar un buen desempeño entre los colaboradores, se genera circunstancias motivadoras para que un colaborador le llegue a interesar y se desempeñe de una mejor manera. En tal caso la motivación puede generarse desde dos puntos, como la motivación interna de uno mismo y la motivación externa influenciada por terceros.

Robbins Y Coulter (2004, como se citó en VELA, 2018) La motivación es un proceso de dinamizar el esfuerzo de un individuo con mayor energía de manera orientada a objetivos, la motivación se logra a través de un curso dirigido a orientarlo hacia la mejora continua. Es toda energía psíquica que nos detona a emprender y sostener una acción. La motivación nos accede a hábitos nuevos y mantenernos en una tarea productiva. Se entiende entonces que un individuo motivado pone toda su energía y su fuerza en una meta determinada.

Abreu, et al. (2008, p.151 como se citó en Vera, 2017) Menciona a la motivación como el impulso que tiene cada persona para realizar una determinada tarea la cual, al satisfacer dicha necesidad al realizarla, la motivación suele terminar, estas necesidades pueden ser de subsistencia, afecto, protección, comprensión, participación, etc. Todas estas necesidades humanas mencionadas son básicas y buscadas por las personas, también motivan a las personas a alcanzar su objetivo, pero no siempre pueden lograrlo ellos mismos, por lo que ven la necesidad de pedir ayuda a los demás. Motivación es igual a cuando una persona espera alcanzar una meta como planes de futuro, retos y desafíos que requieren iniciativa y perseverancia para alcanzarse.

### **2.2.2.2 Clasificación de la Motivación**

(Canllahua y Yucra 2019)

Expresa que la motivación es el conjunto de factores internos o externos que definen las acciones de un individuo, pero todo individuo depende de la fuerza que tenga esta motivación, es la importancia que le da el individuo a esto.

La motivación se clasifica de diferentes formas, como las diferentes fuentes de motivación que nos impulsa a llevar a cabo ciertos actos. Para Deci y Ryan, (2000) indican lo siguiente:

- **Motivación extrínseca:** Es todo estímulo que viene de fuera, del exterior, en esta clase de motivación los incentivos y recompensas, tanto positivos y negativos, son externos y

se encuentran fuera del control de la persona. Dicha motivación no se compone en la satisfacción de realizar una tarea, por el contrario, se apoya en una recompensa como: los incentivos económicos, las promociones a nivel profesional y jerarquía, las mejoras laborales, etc.

- La motivación intrínseca: Es la motivación que nace de uno mismo, conduciéndolo a generar su trabajo u otra actividad, sin que se le genere estímulos externos. Esta motivación está relacionada al crecimiento personal y autorrealización. En tal caso la motivación intrínseca es la que impulsa a realizar tareas por el simple gusto de hacerlas. Las recompensas que se obtiene al realizar este tipo de motivación son netamente intimas como: amor propio, satisfacción personal, independencia, fuerza interior, confianza, etc.

- Motivación positiva vs motivación negativa

La motivación positiva es la cual se realiza para generar una recompensa positiva. Esta es la base para continuar desarrollándola.

Ejemplo: Una persona hace ejercicio para perder peso con el aliciente de mejorar la salud y verse mejor, ya que se convence se ello.

La motivación negativa es cuando se realiza una tarea o acción, pero no para conseguir alguna recompensa personal o externa, sino para evitar un suceso negativo.

Ejemplo: Cuando corremos peligro, como un asalto, nuestra motivación para salir corriendo es intrínseca negativa.

### **2.2.2.3 Aspectos que considera la motivación.**

Yana (2019)

Satisfacción: Es la sensación que una persona experimenta al restaurar el equilibrio entre una necesidad o grupo de necesidades y la meta o metas que reducen. La motivación es el deseo o meta que se desea cumplir y la satisfacción es el gusto que se prueba una vez realizada la meta.

El liderazgo: Es la habilidad de influenciar y generar toma de decisiones en un grupo determinado. Le permite inspirar, motivar y coordinar a un grupo establecido y así lograr las metas pertinentes para la organización, es de suma importancia que mantengan la visión y estrategia para la realización de lo establecido.

Comunicación: La comunicación como necesidad fundamental para una empresa, ya que gran parte de empresas necesitan habilidades comunicativas, como: planes estratégicos, para liderar equipos, generar evaluaciones de desempeño, plantear objetivos, entre otros. Es primordial para el desarrollo de actividades de una empresa tanto interna como externa con el objetivo de alcanzar una meta determinada.

#### **2.2.2.4 Propiedades de la conducta motivada**

Tacca Y Loayza (2017)

Intensidad y persistencia

La intensidad o fuerza motivacional, es la respuesta de la fuerza realizada en determinada dirección. Los motivos cambian tanto en el tipo como en la intensidad, entre una persona y otra. Los incentivos que motivan a una persona, pueden que no motiven a la otra. Se generan distintos niveles de intensidad.

Por ejemplo: Si un trabajador cree que si al realizar un buen trabajo, obtendrá un aumento de sueldo, estará más motivado y seguirá su meta con mayor intensidad, quizás trabajando horas extras e incrementando la producción.

Desde este punto de vista la motivación nos mueve a realizar ciertas acciones y no otras, se refiere a la supervivencia y desarrollo de los individuos. En la etimología de la motivación, se refiere a “movimiento” a la acción e iniciativa de algo y psicológicamente se refiere como ese “algo” a la conducta.

La persistencia es esencial, se refiere a cuánto tiempo una persona invierte su energía hacia una meta. En tal caso la persistencia motivacional, es aquella cualidad de insistir para conseguir aquello que más anhelamos. Dicho sea de paso, una persona que carece de sueños o metas, no es una persona persistente ya que carece de emociones, motivaciones, objetivos funcionales.

Alternativamente, la intensidad puede verse como persistencia, entendida como mantener el comportamiento, pensar en la falta o baja frecuencia de recompensas.

Por ejemplo: Un estudiante que ya a fallado en un examen, se sigue presentando para rendir sus exámenes y no desfallece en el intento. El gran alto de motivación aumenta la resistencia, pese a los fracasos realizados, en busca de la ansiada recompensa.

### Orientación a metas

Se caracteriza por ser un patrón integrado de creencias, que dirige las intenciones de un comportamiento motivado para obtener una meta o finalidad específica. En este contexto, los comportamientos que se realicen son conductas instrumentales, es decir conductas las cuales al realizarse aumenta la probabilidad de obtener ciertas

consecuencias deseadas. La perspectiva de orientación a la meta permite el explorar el interés e implicación del trabajador, así como el propósito para desarrollar conductas dirigidas al logro. Según estudios sobre la motivación, es el conjunto de mecanismos que estimulan, organizan e inician la conducta, hacia la consecución de metas o refuerzos relevantes.

Los patrones de comportamiento motivados son los procesos de interacción entre un organismo y su entorno. Se puede decir que el término Motivación se refiere a un proceso interno que guía al individuo y este impulso, a su vez, está relacionado con algún evento interno o externo. Sin embargo, el hecho de que el comportamiento esté orientado a objetivos no implica necesariamente que sea intencional o tenga un propósito deliberado. La orientación a objetivos se refiere a la función del comportamiento, no al mecanismo que lo produce. En otras palabras, el comportamiento motivado está orientado a objetivos, lo que significa que aumenta la probabilidad de lograrlo. Sin embargo, esta función puede realizarse a través de mecanismos de diferentes niveles, solo algunos de los cuales involucran la planificación y ejecución deliberada de conductas instrumentales.

El comportamiento aprendido puede estar funcionalmente orientado a objetivos, sin ser necesariamente intencional y deliberado. Esto es lo que ocurre con los hábitos sobre aprendidos, conductas cuya meta o meta se logra efectivamente a pesar de realizarse de forma automática o incontrolable.

### **2.2.2.5 Necesidades de la motivación laboral**

NIVELA (2019)

En el sector laboral, la motivación es un grupo de sucesos, siendo estos los, incentivos internos y externos, es la capacidad que tiene una organización para mantener involucrados a sus empleados para ofrecer al máximo su desempeño y alcanzar así, los objetivos organizacionales. Así como las organizaciones realizan inversiones en mejorar la productividad y rentabilidad generando adquisición de maquinarias, tecnología y marketing. También se realiza en personas, como ser consciente de que son los actores más importantes en cualquier negocio. Sin ellos nada podría suceder ni transformarse. Ellos aportan talento y valor a todos los niveles sean operativos o ejecutivos. La motivación para trabajar también se puede definir como un estado de satisfacción con prácticas arraigadas en la cultura empresarial de una empresa. Es por ello que en la actualidad diferentes administradores del talento humano basan su toma de decisiones en la pirámide de necesidades por Abram Maslow. La teoría determina que las necesidades se dividen en 5 grandes grupos descriptivos a continuación:

**Necesidades Fisiológicas:** Son aquellas que uno mismo requiere cubrir para sobrevivir, actividades relacionadas al mantenimiento y cuidado de uno mismo, tales como: comer, dormir, asearse, consultar al médico, convalecer, recibir masaje, cortarse el pelo o tomarse un aperitivo.

**Necesidades de seguridad:** Son aquellos aspectos que nos hacen sentir seguros, es decir, seguridad física y así mantener un orden, poder vivir sin miedo. Siendo, las más básicas como, respirar, hidratarse, alimentarse, descansar, protegerse y reproducirse.

**Necesidades de amor y pertenencia:** Son conocidas también como sociales, una vez cubiertas las necesidades anteriores, esta necesidad busca la necesidad de socializar, es decir sentirse integrado en la sociedad, generando relaciones interpersonales, las cuales

incluyen sentimiento de afiliación, de pertenencia y de compañerismo. Como: amistades, pareja, familia, ser parte de un grupo, recibir y dar afecto, etc.

Necesidades de estima: Está relacionada con la confianza y la reputación, representa una necesidad de alta evaluación de sí mismo, de autoestima, de auto respeto y de la estima de otros. Maslow lo clasifico en dos, la autoestima e independencia, confianza en uno mismo y el respeto que procede a la autoestima.

Necesidades de autorrealización: Solo se llega a alcanzar cuando todas las anteriores ya han sido alcanzadas. Esta necesidad es cuando el ser humano busca su desarrollo personal y demuestra todo su potencial. En tal caso se podría decir que la persona que llega a alcanzar este nivel es una persona autorrealizada, consciente de sí misma y que se preocupa por las opiniones de los demás. Es el nivel más racional y lo q nos diferencia de las bestias.

#### Movilizadores de capital

Cuando se quiere motivar al trabajador, a superarse mediante el trabajo que realiza en la organización debe ser competitivo y esforzarse por conseguir nuevas estrategias. De acuerdo con el aspecto económico se sabe que los factores que impulsan a los empleados a lograr mejores resultados son motivando dentro del ambiente laboral con la ayuda de la capacitación, brindándoles la oportunidad de desempeñar un cargo referente a sus experiencias o estudios realizados; motivándolos personalmente a desarrollarse dentro y fuera de la organización.

Además se tiene en cuenta la desmotivación de ciertos colaboradores cuando se encuentran en puestos inadecuados en relación con la experiencia adquirida durante su carrera laboral, para los que no se desempeñan plenamente y se sienten impotentes frente al jefe inmediato cuando lo hacen no existe una correcta comunicación y el saber expresar sentimientos de disensión hacia el puesto asignado "El empleado medio es capaz de levantar montañas, pero hay que preguntarle y crear un clima favorable".

#### Jornadas reducibles y horarios flexibles

En la actualidad existen diferentes maneras de motivar al trabajador, una de esas es mediante horarios flexibles o reduciendo la carga horaria, brindando así disponibilidad de tiempo. También se sabe que para un trabajador prefiere la comunicación de manera virtual, por radios, celulares, correos, etc.

Es indispensable que el talento humano motive a sus empleados para su desarrollo laboral, haciéndolos sentir importantes dentro de la organización, alentándolos con el reconocimiento de su trabajo.

### **2.2.2.6 Clasificación de las teorías motivacionales**

(Yomona 2018)

Se a hablado mucho sobre la motivación y la motivación laboral, sobre sus factores que influyen en la persona a llevar a cabo una acción. Existen diferentes clasificaciones que se han dado de estas teorías, las cuales surgieron a partir del año 1950, siendo este tiempo bueno para el desarrollo de los conceptos de motivación.

Las teorías motivacionales se pueden separar en dos, de contenido y las de proceso. La primera estudia aspectos q motiven a la persona y la segunda pensamientos por el cual estas se motivan.

- Teorías de Contenido (tradicional): Teoría de la Jerarquía de Necesidades por Maslow, Teoría X e Y de McGregor, Teoría ERC de Alderfer, Teoría bifactorial de Herzberg y Teoría de las tres Necesidades de McClelland.
- Teorías de Proceso (contemporáneas): Teoría de las Expectativas de Vroom, Teoría de la Equidad de Adams, Teoría de la Fijación de metas de Locke.

### **Teorías de contenido**

- Teoría de la Jerarquía de Maslow (1954) Es una teoría de motivación, que trata sobre lo que impulsa la conducta humana. Maslow indico que hay una jerarquía de cinco necesidades humanas, ordenadas en una pirámide, parte desde el nivel más bajo de las necesidades básicas, como alimentarse o respirar.
1. Necesidades básicas o fisiológicas: Necesidades propias del ser humano. Respirar, comer, beber, vestirse, sexo, etc.
  2. Necesidades de seguridad: Se refiere a todo aquello que debemos contar para protegernos, de las amenazas. La seguridad fisiológica (salud), económica (sustento), necesidad de un lugar donde vivir, etc.
  3. Necesidades sociales: Generar relaciones interpersonales. El sentirse incluido en un grupo social como, familia, amigos, pareja, compañeros del trabajo, etc.

4. Necesidades de estima o reconocimiento: Es el reconocimiento hacia una persona como la confianza, la independencia personal, la reputación o las metas financieras.
5. Necesidades de autorrealización: Este quinto nivel y el más alto se da al satisfacer las demás necesidades y hayan sido alcanzadas. Es la sensación de haber llegado al éxito personal.



Figura 4 Pirámide de Maslow (1954)

- Teoría de Herzberg o Teoría bifactorial (1966)

Esta teoría, indica que las personas son influenciadas por dos factores, la satisfacción que principalmente es el resultado de los factores de motivación y la insatisfacción principalmente son factores de higiene.

La satisfacción, tiene que ver con el reconocimiento y los logros. Estos factores alimentan la satisfacción de las personas, y apenas tienen un efecto sobre la insatisfacción.

La insatisfacción, Son factores que, si llegasen a faltar causa descontenta, al estar presente tiene muy poco efecto en la satisfacción a largo plazo.

**Factores de higiene**

- Buen sueldo y beneficios
- Política de la empresa y su administración
- Relaciones interpersonales con compañeros y directivos
- Buenas condiciones físicas del trabajo
- Supervisión técnica
- Status
- Seguridad laboral
- Crecimiento
- Madurez
- Consolidación

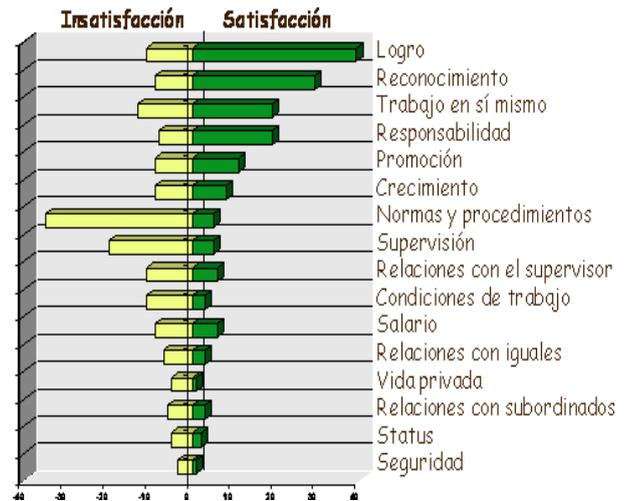


Figura 5 Cuadro de Herzberg (1966)

**Factores de motivación**

- Realización
- Logros
- El trabajo en sí mismo
- Posibilidades de desarrollo personal
- Reconocimiento
- Independencia laboral
- Responsabilidad
- Promoción

Teoría del Proceso

- Teoría de las Expectativas de Vroom (1964): Esta teoría hace referencia a la motivación humana, estableciendo que la motivación humana depende de 3 factores: la expectativa, la valencia y la instrumentalidad. Vroom se centra en lo laboral, por ello hace alusión a la motivación en el trabajo. Considerando que lo que motiva a un empleador en su entorno laboral depende de las metas y objetivos que desea alcanzar y las probabilidades reales de poder conseguirlo.

Siguiendo la teoría de la expectativa de Vroom se plantea, por lo tanto, la siguiente fórmula que relaciona estos tres componentes: Fuerza de motivación = expectativa por instrumentalidad por valencia. Quiere decir, alude a los tres componentes presentados para explicar de qué depende que una persona sienta y ejercite esta fuerza motivadora.

Expectativa: Es la idea o percepción que tiene el trabajador, sobre el resultado que va obtener, sobre el esfuerzo realizado en una tarea determinada.

Instrumentalidad: Esta tiene que ver con que cada trabajador es un elemento constitutivo de la organización, es decir que aporte valor. Cada trabajador es indispensable, teniendo una función para que funcione todo el engranaje, la propia organización en conjunto.

Valencia: Finalmente, el tercer componente tiene que ver con lo que valora cada trabajador, sea el trabajo que realice, el sueldo, vacaciones, etc. Los directivos tendrán que descubrir que es lo que valoran sus trabajadores.

En esta teoría para obtener un buen desempeño laboral, se debe observar tres tipos de relaciones que ocurren en toda función laboral. Porque la infracción de uno de ellos pierde la motivación del empleado, lo que repercute negativamente en su desempeño y eficiencia. Estos tres aspectos son:

- Relación esfuerzo-rendimiento: Es el esfuerzo que un colaborador realiza para obtener el desempeño deseado. Caso contrario si llegase a esforzarse demasiado sin obtener los resultados esperados, el colaborador no se sentirá con la motivación necesaria para desempeñar sus funciones.
- Relación rendimiento-refuerzo: En este caso, el trabajador genera mejores rendimientos, es decir, a mayor rendimiento, mayor recompensa
- Relación refuerzo-valor: En esta relación se hace referencia a la recompensa otorgada al colaborador teniendo un valor positivo para él, así motivando su conducta.

- Teoría de la Equidad de Adams (1963)

Propone que cada trabajador está motivado, a ser tratado equitativamente en relación a su desempeño y el desempeño de sus compañeros. Las personas solemos compararnos con los demás, así llegamos a tener una percepción sobre lo que es justo o injusto.

Por lo tanto, el trabajador compara la recompensa que obtiene individualmente, con las recompensas que obtienen sus compañeros, tanto dentro de su empresa o fuera. Si el resultado de dicha comparación llegase a resultar de manera justa para el trabajador, el se sentirá motivado. Pero si al contrario llegase a percibir que es injusto, aparece tensión y desmotivación. Se plantean estas dos situaciones:

- Siendo sus resultados en la organización, menores, a su desempeño personal, le producirá una sensación de injusticia pues se sentirá sub retribuido. La motivación

del trabajador disminuirá, realizando conductas compensatorias, que bajaran sus esfuerzos o aumentara sus resultados por alguna otra vía.

- Siendo sus resultados en la organización, superiores al desempeño personal que rinde, el trabajador, desarrolla un sentimiento de culpa, desarrollando así conductas para establecer la equidad, aumentando sus aportaciones a la organización.
  
- Teoría de la Finalidad de Locke (1968) o también llamada teoría de establecimiento de metas, que identifica una función motivadora que es fundamental para el propósito del sujeto al realizar una tarea. Son las metas u objetivos que los sujetos persiguen al completar un trabajo los que determinan la cantidad de esfuerzo que ponen para realizarla. El modelo intenta explicar el impacto de estos objetivos en el rendimiento. Las metas son aquellas que determinan la dirección de la conducta del sujeto y contribuyen a la función energizante del esfuerzo. En la actualidad, esta teoría se emplea en el área de “gestión del talento humano” por qué les permite concretar y conceptualizar los objetivos que corresponde a los trabajadores para conseguirlo, para ellos tendrá moldear dichos objetivos, referente a cada sujeto, según sus habilidades, conocimientos y actitudes. Los directivos de una organización, mantienen funciones que motiven a sus colaboradores, pero se debe percibir que no todos los tipos de motivación existentes resulta igual para los diferentes empleados, teniendo en presente el estado de ánimo, la personalidad, las metas, sus necesidades o valores. A continuación, se citan algunos métodos para incentivar la motivación de los empleados:
  
- Administración por Objetivos (APO): Tanto directivos como empleados están de acuerdo con los objetivos, centrándose en convertir los objetivos generales de la organización en objetivos específicos para las diferentes secciones de la organización y los miembros individuales que la componen.

- **Programas de Reconocimiento a los Empleados:** Se centra en sus empleados, dirigiendo sus estrategias para agradecer y demostrar el significado que tienen sus desempeño y funciones para la organización.
- **Programa de Participación de los Empleados:** Es la toma de decisiones conjunta en una organización. Se emplea un proceso participativo, para aprovechar todas las capacidades que posee los colaboradores, fomentando el compromiso y éxito de la organización. Formas por las cuales generamos la participación de los empleados son:
  - **Administración Participativa:** Es una decisión conjunta, entre trabajadores y directivos.
  - **Participación representativa:** Los trabajadores están representados por un pequeño grupo y así representan una participación representativa y logran una distribución de poder dentro de la organización. Esto se logra a través de los comités de empresa, que son un grupo de trabajadores electos que deben consultar a la dirección sobre las decisiones que afectan a los trabajadores; y también a través del Consejo de Representantes, que representa los intereses de los empleados en la Junta Ejecutiva.
  - **Círculos de Calidad:** formado por un grupo de superiores y empleados responsables. Se reúnen periódicamente para observar y analizar los problemas de calidad que puedan surgir e investigar sus causas; también pueden recomendar soluciones a la dirección e iniciar medidas correctoras.

### 2.3 Definición de Términos Básicos

- **Comunicación:** El acto de involucrar al menos un transmisor y uno o más receptores mediante los cuales se busca transmitir información, con un objetivo específico por

el transmisor

y utilizando un canal en particular.

- **Comunicación dentro de la organización:** Incluye el intercambio de información realizado entre miembros de la organización, tanto interna como externamente. Esta comunicación debe transmitir diferentes mensajes, con diferentes significados, y debe ser clara, precisa y amigable de acuerdo con la cultura de la empresa.
- **Motivación laboral:** La motivación en el trabajo implica motivar a empleados en un determinado puesto para que realicen su trabajo de manera eficaz y eficiente. Cuando los empleados están realmente motivados, su productividad es mucho mejor lo que beneficia a la empresa ya la propia persona porque se sienten útiles y apreciados por la empresa.
- **Motivación extrínseca:** Este tipo de motivación es el hecho de que los empleados estén motivados en su lugar de trabajo debido a factores externos a ellos, como salario, bonificación, seguridad, deberes, pautas de dirección, sanciones, etc.
- **Motivación intrínseca:** La motivación intrínseca es lo que impulsa a las personas a hacer su trabajo. La motivación no proviene de factores externos, sino de cosas buenas internas como: compromiso, honestidad, determinación, seguridad, amor a la empresa, amor al trabajo, etc.
- **Organización:** Un sistema organizado e inclusivo de personas, con un objetivo común, y que tiene tanto jerarquía como reglas y regulaciones. La membresía en la organización es voluntaria y su constitución se rige por las regulaciones del país.

## **Capítulo III: Metodología de la Investigación**

### **3.1. Enfoque de la Investigación**

El enfoque de la investigación es cuantitativo puesto que se está utilizando la técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario, siendo la información que se recolecta, medible numéricamente y se procesa mediante análisis estadístico y así llegar a comprobar la hipótesis de investigación. Donde se demostrará el efecto que presenta la comunicación interna en la motivación laboral

(Hernández et al., 2014 como se citó en Lazo y Rojas 2019).

### **3.2. Variables**

#### **3.2.1. Variable independiente**

Comunicación Interna

Dimensiones

- Esencial
- Operativa
- Estratégica
- Valorativa
- Motivacional
- Aprendizaje
- Inteligencia

#### **3.2.2. Variable dependiente**

## Motivación Laboral

### Dimensiones

- Necesidades Fisiológicas
- Necesidades de Seguridad
- Necesidades de Afiliación
- Necesidades de estima
- Necesidades de autorrealización

### 3.2.3 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

**Tabla N° 1**

VARIABLES	DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
<b>COMUNICACIÓN INTERNA</b>	Es todo mensaje y acción hecha conscientemente y voluntariamente para relacionarse e involucrarse con cada personaje de la organización, de manera de poder comunicar con estos temas sobre la organización y sobre sus actividades.	Esencial	Sinceridad Apertura al dialogo Capacidad de negociación	1 - 6
		Operativa	Oportunidad Capacidad de relación	7 - 12
		Estratégica	Contacto físico Amabilidad Escucha	13 - 18
		Valorativa	Honestidad Responsabilidad Puntualidad	19 - 24
		Motivacional	Motivación Capacitación	
		Aprendizaje	Defensa de interés Valoración del trabajo	25 - 30
		Inteligencia	Consideración de la opinión Resolución de problemas Reconocimiento de logros	31 - 36

---

<b>MOTIVACION LABORAL</b>	Es la representación de toda fuerza que opera de manera externa e interna en la persona, provocando en esta el actuar de cierta manera, llegando a cumplir sus metas y objetivos.	NECESIDADES FISIOLÓGICAS	Sueldo Área física del trabajo	1 - 4
		NECESIDADES DE SEGURIDAD	Seguridad Laboral Sistema de quejas	5 - 9
		NECESIDADES DE AFILIACION	Trabajo en equipo Compañerismo	10 - 14
		NECESIDAD DE ESTIMA	Respeto Reconocimiento de logros	15 - 19
		NECESIDAD DE AUTORREALIZACION	Capacitación Posibilidad de ascenso	20 - 25

---

***Ficha Técnica 1*****Tabla N° 2**

---

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Procrastinación Académica

---

Autor: Br. Herbert Francisco Silva Aroni

Año: 2018

Tipo de instrumento: Cuestionario

Objetivo: Evaluar la variable Procrastinación Académica

Muestra: 20 estudiantes

Número de ítem: 42 ítems

Alternativa de respuestas: NUNCA / CASI NUNCA/ AVECES / CASI SIEMPRE/ SIEMPRE

Aplicación: Directa y anónima

Tiempo de administración: 30 minutos

Normas de aplicación: El colaborador marcará en cada ítem de acuerdo lo que considere adecuado respecto a lo observado.

Fuente: Elaboración Propia

---

***Ficha Técnica 2*****Tabla N° 3**

---

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Procrastinación Académica

---

Autor: Barrientos Prado Omar Anthony

Año: 2020

Tipo de instrumento: Cuestionario

Objetivo: Evaluar la variable Procrastinación Académica

Muestra: 20 estudiantes

Número de ítem: 25 ítems

Alternativa de respuestas: NUNCA / CASI NUNCA/ AVECES / CASI SIEMPRE/ SIEMPRE

Aplicación: Directa y anónima

Tiempo de administración: 30 minutos

Normas de aplicación: El colaborador marcará en cada ítem de acuerdo lo que considere adecuado respecto a lo observado.

---

Fuente: Elaboración Propia

### **3.3. Hipótesis**

#### **3.3.1. Hipótesis general**

Existe relación entre comunicación interna en trabajo remoto y motivación laboral en asesores telefónicos de las diferentes empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.

#### **3.3.2. Hipótesis específicas**

Existe relación entre esencial y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.

Existe relación entre operativa y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.

Existe relación entre estratégica y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.

Existe relación entre valorativa y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.

Existe relación entre motivacional y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.

Existe relación entre aprendizaje y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.

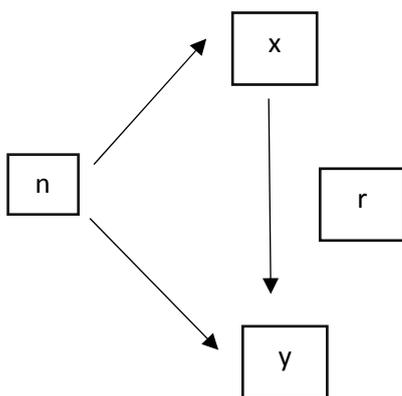
Existe relación entre inteligencia y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.

#### **3.4. Tipo de Investigación**

El tipo de investigación que se desarrollo fue de nivel correlacional porque se buscó medir la asociación o relación entre las variables comunicación interna y motivación laboral.

Hernández et al. (2014) menciona que: “Las investigaciones correlacionales expone las relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado” (p. 157). El nivel correlacional es representado mediante el siguiente modelo:

Donde:



n = muestra

x = Comunicación Interna

y= Motivación laboral

r = Relación entre variables

El enfoque de la investigación es cuantitativo porque los datos que se recolectaron son medidos numéricamente y se procesados con un análisis estadístico, con ello comprobar la hipótesis de investigación.

### 3.5. Diseño de la Investigación

El diseño de investigación utilizado es el no experimental, como expone Hernández et al. (2014) enfocándose en la llamada investigación no experimental no se realiza una manipulación o alteración de las variables del problema que se ha planteado, con la

finalidad de medir y analizar las variables en su estado más puro y natural. Ya que existe una relación lineal con los elementos y variables del problema que se ha planteado, también con los datos de las variables existentes recolectadas, procesadas y examinadas de forma numérica. Con ello el análisis de los datos cuantitativos es estadístico logrando así la inferencia. Es transversal, ya que recolecta datos en un momento dado, en esta oportunidad correspondiente al año 2021.

### **3.6. Población y Muestra**

#### **3.6.1. Población**

La población es el grupo de personas, siendo de la misma clase, que está siendo limitada por el estudio. Según (Hernández, et al.2014) es la totalidad de un fenómeno de estudio, el total de unidades de análisis o entes de población y se denomina población por conformar la totalidad del fenómeno compuesto en un estudio de investigación.

La presente investigación se ha dirigido a los asesores de las empresas de call center de Lima Metropolitana, siendo un total de 300 colaboradores.

### **3.6.2. Muestra**

La muestra está conformada por 20 colaboradores de las empresas de call center de Lima Metropolitana, con ello se utilizó la técnica censal, se usará el muestro no probabilístico por conveniencia ya que la muestra es pequeña, siendo accesible al tomar a todos los individuos.

Hernández et al. (2014) menciona que "La muestra es el subconjunto que representa a la población de la cual se obtiene los datos para la investigación"

### **3.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

#### **3.7.1. Técnicas para el procesamiento de la información**

La técnica a utilizar fue la encuesta, la cual es manejada seguidamente como procedimiento de investigación, ya que se obtiene y elabora datos de un modo rápido y eficaz. Hernández, et al(2014) menciona como una técnica utilizada como conjunto de procedimientos estandarizados de investigación, los cuales se toman y analizan la serie de datos de una muestra de casos que representan a la población o universo más amplio, del que se pretende investigar, describir y/o explicar una serie de características.

#### **3.7.2. Instrumentos de recolección de datos**

Se utilizó el cuestionario como instrumento, ya que sirvió para recolectar información, mediante una serie de preguntas sobre la relación entre las variables comunicación interna y motivación laboral. para la variable comunicación interna se realizó 42 preguntas y para la variable motivación laboral se utilizó 25 preguntas, igualmente ambos fueron analizados con una escala de Likert, siendo la confiabilidad medida a través de la prueba de alfa de Cronbach.

## Capítulo IV: Resultados

### 4.1 Análisis de los Resultados

Tabla N° 4 Edades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	<= 22	5	25,0	25,0	25,0
	23 - 26	5	25,0	25,0	50,0
	27 - 29	7	35,0	35,0	85,0
	30+	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Nota: Datos procesados en el SPSS versión 26, elaboración propia (2021).

Interpretación:

El 50 % de las personas encuestadas tenía entre 27 y 29 años del total del muestreo.

Tabla N° 5

#### Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
COMUNICACION INTERNA	,162	20	,177	,967	20	,690
MOTIVACION LABORAL	,075	20	,200*	,979	20	,926

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

En el siguiente cuadro visualizamos la prueba de normalidad, concluyendo que tenemos a 20 asesores, por lo cual empleamos Shapiro – Wilk.

Interpretación:

La significancia es de ,690 la cual es mayor al nivel de error 0,05 por lo tanto aceptamos la hipótesis nula, los datos presentan normalidad. Se empleará la prueba de correlación de Pearson.





MOTIVACION LABORAL	Correlación de Pearson	,468*	,533*	,663**	,437	,690**	,598**	,635**	,669**	,610**	,764**	,720**	,787**	,830**	1
	Sig. (bilateral)	,037	,015	,001	,054	,001	,005	,003	,001	,004	,000	,000	,000	,000	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

\* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

**Tabla N° 7**

### Regresión Lineal

#### Variables entradas/eliminadas<sup>a</sup>

Modelo	Variables entradas	Variables eliminadas	Método
1	COMUNICACION INTERNA <sup>b</sup>	.	Introducir

a. Variable dependiente: MOTIVACION LABORAL

b. Todas las variables solicitadas introducidas.

**Tabla N° 8**

#### Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,669 <sup>a</sup>	,447	,416	9,83534

a. Predictores: (Constante), COMUNICACION INTERNA

**Tabla N° 9**  
Anova

		ANOVA <sup>a</sup>				
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1407,741	1	1407,741	14,553	,001 <sup>b</sup>
	Residuo	1741,209	18	96,734		
	Total	3148,950	19			

a. Variable dependiente: MOTIVACION LABORAL

b. Predictores: (Constante), COMUNICACION INTERNA

**Tabla N° 10**  
Coeficiente

		Coeficientes <sup>a</sup>					99.0% intervalo de confianza para B	
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Sig.	Límite inferior	Límite superior
		B	Desv. Error	Beta	t			
1	(Constante)	37,559	15,360		2,445	,025	-6,654	81,771
	COMUNICACION INTERNA	,384	,101	,669	3,815	,001	,094	,674

a. Variable dependiente: MOTIVACION LABORAL

**Interpretación:**

La significancia es de 0,001 siendo menor a 0,01 por lo tanto aceptamos la hipótesis alternativa es decir existe regresión lineal entre comunicación interna y motivación laboral con un nivel de error del 0,01.

**Tabla N° 11****Índice alfa de Cronbach de comunicación interna  
Fiabilidad****Escala: COMUNICACION INTERNA****Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,931	42

**Interpretación:**

En base a los resultados se obtuvo el alfa de Cronbach para la variable comunicación interna fue de ,931 lo que significa que se encuentra en el rango de Aceptable, por lo que se concluye que el instrumento es fiable.

Tabla N° 12

## Índice alfa de Cronbach de comunicación interna

## Fiabilidad

## Escala: MOTIVACION LABORAL

## Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

## Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,916	25

## Interpretación:

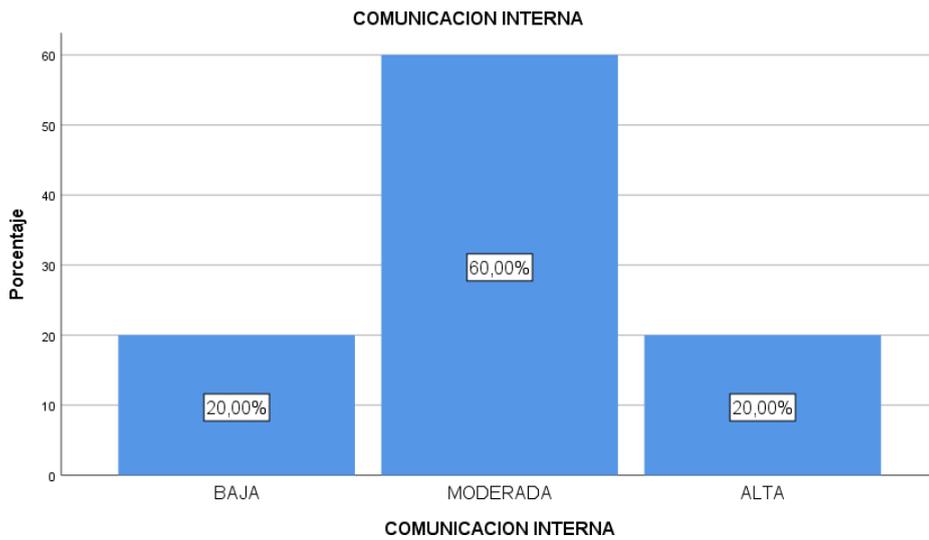
En base a los resultados se obtuvo el alfa de Cronbach para la variable comunicación interna fue de ,916 lo que significa que se encuentra en el rango de Aceptable, por lo que se concluye que el instrumento es fiable.

Tabla N° 13

## Estadística descriptiva de Comunicación Interna

## COMUNICACION INTERNA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJA	4	20,0	20,0	20,0
	MODERADA	12	60,0	60,0	80,0
	ALTA	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	



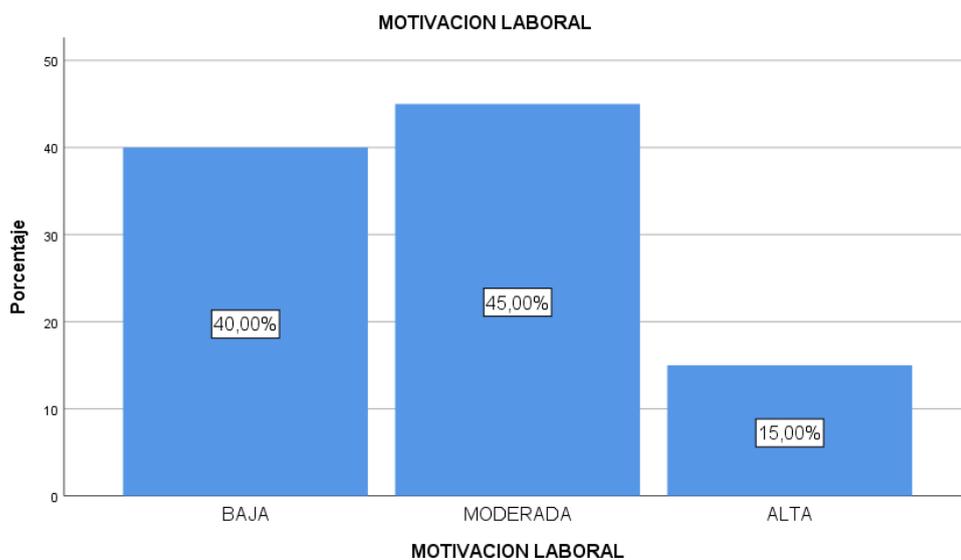
Nota. - Elaboración propia, procesados en el SPS Versión 26 (2021)

**Tabla N° 14**

**Estadística descriptiva de Motivación Laboral**

**MOTIVACION LABORAL**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJA	8	40,0	40,0	40,0
	MODERADA	9	45,0	45,0	85,0
	ALTA	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	



Nota. Elaboración propia, procesados en el SPS Versión 26 (2021)

## 4.2. Discusión

Según los resultados obtenidos se halló relación entre las variables comunicación interna en el trabajo remoto y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana, 2021. se evidencia un índice de significancia de 0,001 la cual es menor a 0,01 por lo tanto existe relación entre comunicación interna y motivación laboral con un nivel de error de 0,01. Siendo el coeficiente de correlación de Pearson 0,699 el cual es mayor a 0,500, positiva la relación, es directa a medida que la comunicación interna aumenta, la motivación laboral también va a aumentar, y si la comunicación interna disminuye, la motivación laboral también va a disminuir. Este resultado es sustentado por Piedra (2020) en su tesis titulada, “Comunicación organizacional y la motivación laboral en el docente de la facultad de ciencias de la comunicación de una universidad privada peruana”. El trabajo de estudio tuvo un enfoque descriptivo correlacional y el diseño fue transeccional. Tomando como población a 80 personas, entre docentes y coordinadores de ambos sexos, entre edades de 25 y 65 años. Se llega a la conclusión que se comprobó la existencia de una relación significativa entre comunicación organizacional y motivación laboral debido a que el resultado de Rho de Spearman entre las dos variables fue de 0,809.

Podemos mencionar también a Canllahua y Yucra (2019) en su tesis “Influencia de la comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la empresa Servicios Pólux S.A.C. Arequipa 2019” donde se estudió las dos variables , motivación y comunicación interna, usando un diseño no experimental, con un tipo de investigación correlacional – causal , teniendo como resultado que del total de trabajadores de la empresa servicios Pólux s.a.c., el 55,73% presenta un nivel medio de comunicación interna, de los cuales el 41,43% presenta un nivel medio en motivación, mientras el

42,84% presenta un nivel bajo de comunicación interna, de los cuales el 31,42% presenta un nivel en motivación. Evaluándose también la p-valor de la prueba de chi cuadrado ( $0.022 < 0.05$ ), hallándose la existencia e influencia de la comunicación interna en la motivación de los trabajadores de la empresa Servicios Pólux s.a.c., por lo tanto, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa, con lo que se determina que la comunicación interna si influye en la motivación laboral. Así mismo Ángeles (2018) en su investigación “Relación entre la comunicación interna y la motivación laboral del área administrativa en la IEP “La Salle”-Tingua, 2018” en donde se empleó un tipo de investigación aplicada, con un enfoque cuantitativo, con un nivel de investigación correlacional y diseño de investigación no experimental. Donde se concluyó que, si existe relación positiva considerable entre la variable comunicación interna y motivación laboral de los trabajadores de la denominada Institución Educativa en el centro poblado de tingua, teniendo un nivel de error  $\alpha = 0.05$  y un nivel de significancia de  $\text{sig.} = 0,000$ , se demuestra que la comunicación interna se relaciona con la motivación laboral, rechazando la hipótesis nula. Otras de las investigaciones es la de Yomona (2018) en su tesis “La comunicación interna y su relación con la motivación laboral de los colaboradores administrativos de Nexus Group Restaurants s.a.c, lima 2017” utilizándose una encuesta de tipo Likert, así mismo usándose una metodología descriptiva correlacional, con un enfoque no experimental de corte transversal, con un diseño cuantitativo. Obteniéndose como resultado la correlación entre las variables, existiendo relación entre si. Es decir, al aplicarse el coeficiente de Pearson se evidencia una correlación de 0,499. Existe relación positiva de magnitud moderada entre la comunicación interna y la motivación laboral en Nexus Group Restaurant en el 2017. Por otro lado observamos a López (2017) en su tesis “Motivación de logro y rendimiento académico en estudiantes de la facultad de ingeniería eléctrica y electrónica de una

universidad pública en lima” en donde podemos observar a la variable motivación, utilizándose en la investigación un enfoque cuantitativo no experimental, para la cual se empleó el cuestionario EAML – M y el rendimiento mostrado por los estudiantes en el ciclo mencionado. El instrumento fue sometido al análisis de validez y confiabilidad utilizando el coeficiente de Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ), con lo que se comprobó que su consistencia interna era positiva y confiable aplicarlos ( $\alpha=0.877$ ). Respecto de los resultados, aplicando el estadístico chi cuadrado con lo cual se concluyó en esta investigación que no existe relación entre las variables.

## Conclusiones

1. Existe relación entre comunicación interna en trabajo remoto y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana, con una correlación 0,699 el cual es mayor a 0,50 es positiva la relación es directa. Siendo también el R cuadrado 0,447, decimos que la comunicación interna influye en 44,7% de la motivación laboral.
2. Existe relación entre esencial y Motivación Laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana, con una correlación 0,468 con un nivel de error 0,05.
3. Existe relación entre Operativa y Motivación Laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana, con una correlación 0,533 con un nivel de error 0,05.
4. Existe relación entre Estratégica y Motivación Laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana, con una correlación 0,663 con un nivel de error 0,01.
5. No existe relación entre Valorativa y Motivación Laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana, con una Significancia 0,54 mayor a 0,05.

6. Existe relación entre Motivacional y Motivación Laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana, con una correlación 0,690 con un nivel de error 0,01.
7. Existe relación entre Aprendizaje y Motivación Laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana, con una correlación 0,598 con un nivel de error 0,01.
8. Existe relación entre Inteligencia y Motivación Laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana, con una correlación 0,635 con un nivel de error 0,01.

## Recomendaciones

- ▣ La elaboración de una estrategia en donde prevalezca la Comunicación Interna como una herramienta que permita mejorar la motivación laboral del colaborador en la empresa en donde el trabajo en equipo, la relación entre pares y subordinados se dé con mayor frecuencia, no solamente las establecidas por las políticas organizacionales (se dan en los procesos de evaluación 360, dos veces al año). Teniendo en consideración que, para lograr una mayor productividad laboral, debemos proponer, a que no solo la parte de comunicación interna Formal sea predominante, sino también lograr una comunicación interna Informal basada en el respeto e interrelación fuera de los ambientes formales.
- ▣ A la luz de los resultados recomendamos que los colaboradores, principalmente los líderes jerárquicos sean capacitados para mejorar su actitud y comportamiento frente a los colaboradores, pues este aspecto es importante para evitar los bloqueos y la aparición de barreras de comunicación en la empresa de call center.
- ▣ En instituciones tipo al de la materia de investigación se recomienda que la alta dirección, así como los mandos medios se relacionen e involucren con los colaboradores de manera directa, ellos deben ser los que lideren la comunicación no solo ascendente y descendente sino también la interpersonal y ser los gestores del cambio
- ▣ Difundir de manera adecuada el manual de procedimientos de cada uno de los puestos, para que al personal tenga de esta forma una mejor inducción y asesoramiento.
- ▣ Ejecutar programas de capacitación y especialización para los trabajadores, en el uso y manejo de las herramientas de trabajo.

## Referencias

Lazo Yauri, Hievenly D. y Rojas Benavides, Betzabé M. (2019)

Percepción de la comunicación organizacional interna de los trabajadores de la DIRESA – Junín y la Red de Salud Valle del Mantaro, Huancayo, 2019. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Centro del Perú].

[https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/5571/T010\\_70020662\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/5571/T010_70020662_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Diéguez Monge, Carlos A., Escalante Checca, Vaniza J y Samaniego Rabanal, Carolina I. (2018)

COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y LA MOTIVACIÓN DEL PERSONAL EN LA EMPRESA CONFECCIONES RUBERT E.I.RL. AÑO 2016. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de las Américas].

<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/482/COMUNICACI%c3%93N%20CORPORATIVA%20Y%20LA%20MOTIVACI%c3%93N%20DEL%20PERSONAL%20EN%20LA%20EMPRESA%20CONFECCIONES%20RUBERT%20E.I.RL.%20A%c3%91O%202016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Yomona Ruiz, Edith R. (2018)

La comunicación interna y su relación con la motivación laboral de los colaboradores administrativos de Nexus Group Restaurants s.a.c, Lima 2017. [Tesis de posgrado, Universidad de San Martín de Porres].

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4651/yomona\\_rer.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4651/yomona_rer.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Almonacid Bendezú, Nadir S. (2019)

Influencia de las estrategias de comunicación interna en el clima organizacional de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica, 2017. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].

[file:///C:/Users/user/Downloads/Almonacid\\_bn.pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Almonacid_bn.pdf)

Ramirez Dexter, Karen M. y Simón Ríos, Miguel A. (2018)

Comunicación interna y su relación en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Lucki Motors del Perú S.R.L. De la ciudad de Tarapoto, Año 2016. [Tesis de pregrado, Universidad nacional de San Martín - Tarapoto].

<http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3204/ADMINISTRACION%20-%20Karen%20Misshell%20Ram%c3%adrez%20Dextre%20%26%20Miguel%20%c3%81ngel%20Sim%c3%b3n%20R%c3%ados.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Arbañil Rabanal, Adela E. y Sarmiento Tapia, Eduardo G. (2018)

Plan estratégico de comunicación interna como herramienta para el fortalecimiento de las relaciones internas en la Municipalidad provincial de Utcubamba. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo].

Trujillo Mariño Lupe K. (2017)

Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones publicas descentralizadas del sector energía y minas, 2017. [Tesis de pregrado, Universidad Inca Garcilaso de la Vega].

<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2193/TESIS%20DE%20TRUJILLO%20MARI%C3%91O%20LUPE%20KARIN.pdf>

Silva Aroni Herbert F. (2018)

La comunicación organizacional y el compromiso organizacional en el personal administrativo de una universidad pública 2017. [ Tesis de Posgrado, Universidad Cesar Vallejo].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/15898>

Saboya Navarro Madelyn V. (2016)

Comunicación interna y su influencia en el desempeño laboral en la universidad nacional de San Martín, en la ciudad de Tarapoto, año 2016. [Tesis de pregrado, Universidad cesar vallejo].

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/10331/saboya\\_nm.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/10331/saboya_nm.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ronquillo Cabrera, Winston S. (2018)

La comunicación organizacional y su influencia en la motivación laboral, mayo, Ecuador, 2018. [Tesis de pregrado, Universidad Estatal de Milagro].

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/3940/1/LA%20COMUNICACION%20ORGANIZACIONAL%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20LA%20MOTIVACION%20LABORAL.pdf>

Canllahua Pari, Mayra M. y Yucra Patatinco Rosa M. (2019)

Influencia de la comunicación interna en la motivación laboral de los trabajadores de la empresa Servicios Pólux s.a.c. Arequipa, 2019. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional San Agustín de Arequipa].

<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/9232/Ricapamm.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rojas Grández, Katherin L. (2020)

Influencia de la motivación en el desempeño laboral del personal administrativo de la dirección regional de transportes y comunicaciones Amazonas, Chachapoyas, 2019. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas].

<http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/2195/Rojas%20Gr%c3%a1ndez%20Katherin%20Lisbeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Benegas Ramos, Manuel V. (2020)

Análisis de la comunicación interna de FBC Melgar, Arequipa 2020. [Tesis de Pregrado, Universidad Peruana Unión].

<http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/10329/51.1137.CS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Silva Pérez, Claudia J. (2021)

Comunicación interna y satisfacción laboral de los docentes y trabajadores de la institución educativa Esther Festini Ramos Ocampo, Comas, 2019. [ Tesis de Pregrado, Universidad Peruana Unión].

[https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/4644/Claudia\\_Tesis\\_Licenciatura\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/4644/Claudia_Tesis_Licenciatura_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Polo Reinoso, Ana Irene de los Ángeles (2021)

Influencia del Empowerment en la Comunicación interna de los trabajadores del hotel presidente inn, Puno – 2019. [Tesis de Pregrado, Universidad Católica de Santa María].

<http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/10604/79.0186.TH.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castillo Naranjo, David E. (2019)

La comunicación interna y su influencia en el clima laboral de los colaboradores del departamento de cirugía del hospital Essalud, periodo 2018. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto].

<http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3496/ADMINISTRACION%20-%20David%20Steven%20del%20Castillo%20Naranjo%20%26%20Frank%20Silver%20C%3B3rdova%20Tello.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Flores Hermosillo, María G. (2018)

Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los trabajadores de la empresa Sodimac Chimbote – 2018. [Tesis de Pregrado, Universidad cesar vallejo].

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39152/Flores\\_HMG.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39152/Flores_HMG.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ángeles Cabrera, Meliza E. (2018)

Relación entre la comunicación interna y la motivación laboral del área administrativa en la IEP” La Salle” – Tigua, 2018. [ Tesis de Pregrado, Universidad Cesar Vallejo].

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27262/Angeles\\_CME.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27262/Angeles_CME.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Santur Merino, Ana M. (2018)

La comunicación interna para la mejora de la satisfacción laboral de los colaboradores del “Restaurante manos Piuranas” de la ciudad de Chiclayo, región Lambayeque. [ Tesis de Pregrado, Universidad de Lambayeque].

<https://repositorio.udl.edu.pe/bitstream/UDL/192/3/TESIS-ANA%20SANTUR%20MERINO.pdf>

Guerra Velazco, Oscar W. y León Polo, Yolanda (2021)

Comunicación interna y satisfacción laboral de la subgerencia de desarrollo empresarial de la municipalidad provincial de Trujillo – 2020. [Tesis de Pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego].

[https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/7365/1/REP\\_OSCAR.GUERRA\\_YOLA\\_NDA.LE%c3%93N\\_COMUNICACION.INTERNA.pdf](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/7365/1/REP_OSCAR.GUERRA_YOLA_NDA.LE%c3%93N_COMUNICACION.INTERNA.pdf)

Trinidad Mejía, Julio C. (2016)

La comunicación interna como fundamental para el desarrollo humano en el área de comunicación social del tribunal federal de justicia fiscal y administrativa (tfjfa).

Mexico,2016. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Autónoma de México].

<http://132.248.9.195/ptd2016/agosto/0749153/0749153.pdf>

Aparicio Flores Lucas (2017)

Comunicación organizacional interna y satisfacción laboral en el personal del hospital corazón de Jesús ciudad de el alto, gestión 2015. [Tesis de Posgrado, Universidad Mayor de San Andrés].

<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/14944/TM-1211.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández Villela, Cesia K. (2016)

Comunicación Interna y clima laboral en el departamento de exportaciones de una empresa maquiladora, Guatemala. Septiembre 2016. [Tesis de Pregrado, Universidad de San Carlos de Guatemala].

[http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16\\_1442.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1442.pdf)

Huamán Álvarez, María F. (2018)

Motivación y desempeño laboral en trabajadores asistenciales del centro de salud

Belenpampa, cusco. [Tesis de Posgrado, Universidad Cesar Vallejo].

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/37187/huaman\\_am.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/37187/huaman_am.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Vela Zevallos, Rosa L. (2018)

Motivación y su relación con el desempeño laboral en la tienda por departamento

oeschle, lima 2018. [Tesis de Pregrado, Universidad de Cesar Vallejo].

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41688/Vela\\_ZRL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41688/Vela_ZRL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Báez Erazo, Valerie G. (2016)

Análisis de la comunicación interna e identidad corporativa a partir del cambio de

imagen institucional Caso: corte nacional de justicia Quito. [Tesis de Pregrado,

Universidad de las Américas].

<http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/6321>

Vera Vallejo, Francine V. (2017)

La influencia de los incentivos no económicos en la motivación laboral dentro de una

organización privada en Quito. [Tesis de Pregrado, Universidad de las Américas].

<http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/8525>

Tacca Mamani, Verónica R. y Tejada Loayza, José L. (2017)

La comunicación interna y la motivación laboral de los trabajadores administrativos de la municipalidad distrital de cerro colorado, Arequipa, 2017. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de San Agustín Arequipa].

<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/4681/Ritamavr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Nivela Icaza, José M. (2019)

La motivación y su influencia en la productividad laboral de las haciendas agrícolas bananeras pequeñas de la provincia de los Ríos, 2016. [Tesis de Posgrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].

[https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/10409/Nivela\\_ij.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/10409/Nivela_ij.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Barrientos Prado, Luis A. (2020)

Motivación laboral y clima organizacional en los trabajadores de la empresa corporación estratégica, chilca – 2020. [Tesis de Pregrado, Universidad Autónoma del Perú].

<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1260/Barrientos%20Prado%2c%20Omar%20Anthony.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## Apéndices

### Apéndice A

#### Matriz de consistencia

TITULO: Comunicación Interna en el trabajo remoto y Motivación Laboral en asesores telefónicos de las empresas de Lima Metropolitana, 2021.					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	DISEÑO METODOLOGICO
<p><b>PROBLEMA GENERAL</b></p> <p>¿De qué manera se relaciona comunicación y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Determinar la relación entre la comunicación y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana, 2021.</p>	<p><b>HIPOTESIS GENERAL</b></p> <p>Existe relación entre comunicación interna en trabajo remoto y motivación laboral en asesores telefónicos de las diferentes empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.</p>	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b></p> <p>Comunicación Interna</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esencial</li> <li>• Operativa</li> <li>• Estratégica</li> <li>• Valorativa</li> <li>• Motivacional</li> <li>• Aprendizaje</li> <li>• Inteligencia</li> </ul>	<p><b>TIPO</b></p> <p>Correlacional</p> <p><b>DISEÑO</b> No Experimental Transversal ENFOQUE Cuantitativo</p> <p><b>POBLACIÓN</b> 300 asesores telefónicos en las empresas de call center de Lima, Metropolitana,2021.</p> <p><b>MUESTRA</b> 20 personas (asesores telefónicos).</p> <p><b>TECNICA</b> Encuesta</p> <p><b>INSTRUMENTOS</b> Cuestionario</p>
<p><b>PROBLEMAS ESPECIFICOS</b></p> <p>¿De qué manera se relaciona esencial y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021?</p> <p>¿De qué manera se relaciona operativa y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021?</p> <p>¿De qué manera se relaciona estratégica y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021?</p> <p>¿De qué manera se relaciona valorativa y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021?</p> <p>¿De qué manera se relaciona motivacional y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021?</p>	<p><b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b></p> <p>Determinar la relación entre esencial y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.</p> <p>Determinar la relación entre operativa y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.</p> <p>Determinar la relación entre estratégica y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.</p> <p>Determinar la relación entre valorativa y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.</p> <p>Determinar la relación entre motivacional y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.</p>	<p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b></p> <p>Existe relación entre esencial y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.</p> <p>Existe relación entre operativa y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.</p> <p>Existe relación entre estratégica y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.</p> <p>Existe relación entre valorativa y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.</p> <p>Existe relación entre motivacional y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.</p>	<p><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b></p> <p>Motivación Laboral</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesidades Fisiológicas</li> <li>• Necesidades de Seguridad</li> <li>• Necesidades de Afiliación</li> <li>• Necesidades de estima</li> <li>• Necesidades de autorrealización</li> </ul>	<p><b>POBLACIÓN</b> 300 asesores telefónicos en las empresas de call center de Lima, Metropolitana,2021.</p> <p><b>MUESTRA</b> 20 personas (asesores telefónicos).</p> <p><b>TECNICA</b> Encuesta</p> <p><b>INSTRUMENTOS</b> Cuestionario</p>

<p>¿De qué manera se relaciona aprendizaje y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021?</p> <p>¿De qué manera se relaciona inteligencia y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021?</p>	<p>call center de Lima Metropolitana,2021.</p> <p>Determinar la relación entre aprendizaje y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.</p> <p>Determinar la relación entre inteligencia y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.</p>	<p>Existe relación entre aprendizaje y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.</p> <p>Existe relación entre inteligencia y motivación laboral en asesores telefónicos de empresas de call center de Lima Metropolitana,2021.</p>			
--	---	--	--	--	--

## Apéndice B

### Cuestionario variable Independiente

#### CUESTIONARIO SOBRE COMUNICACIÓN INTERNA EN TRABAJO REMOTO

Estimado(a) asesor telefónico:

El presente cuestionario es parte de un trabajo de investigación orientado a describir el compromiso organizacional de las diferentes Empresas de Telecomunicaciones, cuyo resultado contribuirán a mejorar las condiciones para nuestro desempeño. Le agradeceré responder con sinceridad las preguntas efectuadas. El cuestionario es personal y anónimo.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente el listado de preguntas y declaraciones, seleccione la alternativa que considere pertinente, según su apreciación: 1 = Nunca 2 = Casi nunca 3 = A veces 4 = Casi siempre 5 = Siempre

Edad: .....

Genero: .....

N°	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA	N 1	CN 2	AV 3	CS 4	S 5
	<b>ESCENCIAL</b>					
1	La comunicación entre los jefes de la empresa y los teleoperadores es sincera.					
2	La comunicación entre teleoperadores es sincera					
3	Las autoridades de la Empresa siempre están abiertas al dialogo					
4	Los teleoperadores siempre están abiertos al dialogo					
5	Las autoridades de la empresa tienen adecuada capacidad de negociación con los teleoperadores.					
6	Los teleoperadores tienen una adecuada capacidad de negociación con los jefes de la empresa.					
	<b>OPERATIVA</b>					
7	Las autoridades o jefes de la empresa se relacionan con los teleoperadores oportunamente.					
8	Los jefes de la empresa saben en qué momento conversar con los teleoperadores.					
9	Los teleoperadores se relacionan con los jefes oportunamente.					
10	Los teleoperadores saben en qué momento conversar con sus jefes inmediatos.					
11	Los teleoperadores se relacionan entre si oportunamente.					
12	Los teleoperadores saben en qué momento conversar con su gremio.					
	<b>ESTRATÉGICA</b>					
13	Los jefes de la empresa saludan a los colaboradores telefónicos.					
14	Los jefes observan a los teleoperadores.					
15	Los jefes inmediatos saben escuchar.					
16	Los teleoperadores saludan con amabilidad.					
17	Los teleoperadores saben escucharse entre ellos.					
18	Los teleoperadores saben escuchar a las autoridades de la empresa.					
	<b>VALORATIVA</b>					
19	Las autoridades de la empresa son ejemplo de honestidad.					
20	Las autoridades de la empresa son ejemplo de responsabilidad.					
21	Las autoridades de la empresa son ejemplo de puntualidad					
22	Los teleoperadores son ejemplo de honestidad.					
23	Los teleoperadores son ejemplo de responsabilidad.					

24	Los teleoperadores son ejemplo de puntualidad.					
	<b>MOTIVACIONAL</b>					
25	Las autoridades de la empresa motivan a los teleoperadores para capacitarse.					
26	Las autoridades de la empresa motivan a los teleoperadores para realizar publicaciones.					
27	Las autoridades de la empresa motivan a los teleoperadores para mejorar su desempeño.					
28	Los teleoperadores se motivan entre sí para capacitarse					
29	Los teleoperadores se motivan entre sí para realizar sus publicaciones.					
30	Los teleoperadores se motivan entre sí para mejorar su desempeño.					
	<b>APRENDIZAJE</b>					
31	Los jefes tienen en cuenta la opinión de los teleoperadores.					
32	Los teleoperadores son aceptados por su grupo de trabajo, independiente de su posición jerárquica.					
33	Los teleoperadores integran grupos para defender intereses individuales.					
34	Predominan los intereses de grupo más que el bienestar común de los teleoperadores.					
35	El grupo de trabajo valora los aportes de los teleoperadores.					
36	Los jefes tienen en cuenta la opinión de los teleoperadores.					
	<b>INTELIGENCIA</b>					
37	Las autoridades de la empresa resuelven los problemas de manera apropiada.					
38	Los teleoperadores resuelven sus problemas de manera apropiada.					
39	Las autoridades de la empresa reconocen los logros de los teleoperadores.					
40	Los teleoperadores reconocen los logros de sus colegas.					
41	Las autoridades de la empresa reconocen cuando el teleoperador tiene la razón.					
42	Los teleoperadores reconocen cuando sus colegas tienen la razón					

## Apéndice C

### Cuestionario variable dependiente

#### INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

#### Cuestionario de Motivación Laboral

Este cuestionario contiene unas frases relativamente cortas, que permite hacer una descripción de cómo te sientes en tu trabajo para ello debes responder con la mayor sinceridad posible a cada una de las preguntas que aparecen a continuación, de acuerdo a como piensas o actúes. Tu colaboración será muy apreciada y contribuirá a una mejor comprensión de la vida laboral.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente el listado de preguntas y declaraciones, seleccione la alternativa que considere pertinente, según su apreciación:

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

Edad: .....

Genero: .....

Nº	Motivación Laboral	1	2	3	4	5
	<b>NECESIDADES FISIOLÓGICAS</b>					
1	La remuneración mensual que recibe le es pagada a tiempo.					
2	Su remuneración mensual va acorde a sus horas de trabajo.					
3	Sus herramientas de trabajo están disponibles para el desarrollo de sus actividades.					
4	Su área de trabajo es óptima para la realización de sus actividades.					
	<b>NECESIDADES DE SEGURIDAD</b>					
5	Se establecen normas de seguridad en su centro de trabajo					
6	Su centro de trabajo contrata seguros contra accidentes para usted y sus compañeros					
7	Recibe capacitación sobre prevención de accidentes laborales					
8	Su centro de trabajo desarrolla un sistema de quejas ante tratos injustos					
9	El sistema de quejas protege su integridad					
	<b>NECESIDAD DE AFILIACION</b>					
10	Coordina con sus compañeros y jefe de trabajo las tareas a realizar					
11	Se escuchan sus opiniones para la realización de una tarea o actividad					
12	Realiza actividades de trabajo grupales sin dificultades					
13	Recibe apoyo de sus compañeros de trabajo ante algún problema					
14	Es reconocido por sus compañeros de trabajo cómo parte del grupo					
	<b>NECESIDAD DE ESTIMA</b>					
15	Sus compañeros de trabajo se dirigen a usted con aprecio					
16	Su jefe se dirige con respeto a sus compañeros de trabajo					
17	Sus compañeros y jefes reconocen su trabajo					
18	La empresa recompensa a los trabajadores por algún logro cometido en la empresa					
19	Desarrollan reuniones de reconocimiento a los trabajadores destacados					
	<b>NECESIDAD DE AUTORREALIZACION</b>					
20	Recibe capacitaciones relacionadas a su puesto de trabajo					
21	Las capacitaciones recibidas son adecuadas					
22	Las capacitaciones realizadas en tu centro de trabajo son constantes					
23	Se eligen coherentemente a los trabajadores a ascender					
24	Las propuestas de ascenso se dan de manera igualitaria					
25	En su centro de trabajo se ascienden a los trabajadores por méritos					



**Apéndice E**

Fiabilidad de Alfa de Cronbach (completo)

**Escala: COMUNICACION INTERNA****Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,931	42

**Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
PREGUNTA1	143,7000	280,900	,541	,929
PREGUNTA2	143,6000	286,933	,226	,932
PREGUNTA3	144,2000	272,622	,584	,928
PREGUNTA4	143,7000	281,789	,501	,929
PREGUNTA5	144,4000	272,267	,767	,927
PREGUNTA6	144,3000	279,344	,556	,929
PREGUNTA7	144,4000	270,933	,818	,926
PREGUNTA8	144,3000	271,344	,745	,927
PREGUNTA9	144,4000	273,156	,733	,927
PREGUNTA10	144,0000	282,667	,614	,929
PREGUNTA11	143,8000	281,733	,485	,930
PREGUNTA12	143,8000	277,067	,485	,930
PREGUNTA13	143,6000	289,156	,115	,933
PREGUNTA14	143,4000	284,489	,307	,931

PREGUNTA15	143,5000	268,722	,840	,926
PREGUNTA16	143,3000	282,011	,446	,930
PREGUNTA17	143,5000	294,722	-,074	,933
PREGUNTA18	143,4000	287,600	,361	,931
PREGUNTA19	143,5000	288,056	,271	,931
PREGUNTA20	143,6000	294,489	-,059	,933
PREGUNTA21	143,4000	293,600	-,014	,932
PREGUNTA22	144,0000	288,889	,253	,931
PREGUNTA23	144,0000	282,000	,653	,929
PREGUNTA24	144,0000	282,000	,653	,929
PREGUNTA25	143,7000	258,678	,828	,925
PREGUNTA26	144,2000	267,733	,662	,928
PREGUNTA27	143,6000	261,378	,933	,924
PREGUNTA28	143,9000	283,433	,406	,930
PREGUNTA29	143,9000	278,544	,617	,928
PREGUNTA30	143,7000	270,011	,728	,927
PREGUNTA31	144,4000	272,933	,741	,927
PREGUNTA32	143,7000	274,900	,660	,928
PREGUNTA33	144,3000	274,678	,751	,927
PREGUNTA34	144,3000	283,567	,314	,931
PREGUNTA35	143,6000	280,933	,579	,929
PREGUNTA36	144,3000	277,344	,639	,928
PREGUNTA37	144,1000	278,100	,668	,928
PREGUNTA38	143,9000	281,656	,659	,929
PREGUNTA39	143,8000	287,289	,196	,932
PREGUNTA40	143,6000	281,156	,568	,929
PREGUNTA41	143,8000	293,511	-,017	,933
PREGUNTA42	144,8000	298,400	-,136	,941

### Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
147,4000	293,600	17,13476	42

### Apéndice F

Fiabilidad de Alfa de Cronbach (completo)

### Escala: MOTIVACION LABORAL

### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,916	25

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
PREGUNTA1	92,1000	174,322	,124	,917
PREGUNTA2	92,7000	165,122	,437	,914
PREGUNTA3	92,6000	171,822	,161	,919
PREGUNTA4	92,5000	163,389	,498	,913
PREGUNTA5	92,5000	159,389	,534	,912
PREGUNTA6	93,0000	150,444	,676	,910
PREGUNTA7	93,1000	148,322	,744	,908
PREGUNTA8	93,0000	153,333	,739	,908
PREGUNTA9	93,0000	158,000	,630	,910
PREGUNTA10	92,6000	168,044	,538	,913
PREGUNTA11	92,6000	167,378	,584	,912
PREGUNTA12	92,8000	164,178	,461	,914
PREGUNTA13	92,4000	176,267	-,021	,919
PREGUNTA14	92,2000	171,733	,231	,917
PREGUNTA15	92,0000	173,333	,192	,917
PREGUNTA16	92,3000	168,900	,329	,915
PREGUNTA17	92,5000	163,167	,744	,910
PREGUNTA18	92,9000	151,656	,804	,906
PREGUNTA19	92,9000	158,989	,595	,911
PREGUNTA20	93,1000	152,767	,763	,907

PREGUNTA21	92,5000	165,167	,622	,911
PREGUNTA22	92,6000	168,933	,289	,916
PREGUNTA23	92,5000	162,278	,798	,909
PREGUNTA24	92,8000	158,400	,830	,907
PREGUNTA25	92,8000	160,400	,729	,909

### Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
96,5000	176,278	13,27696	25

## Apéndice G

## II TURNITIN ZAPATA

## INFORME DE ORIGINALIDAD

12%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

6%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

[www.repositorioacademico.usmp.edu.pe](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe)

Fuente de Internet

4%

2

[dspace.udla.edu.ec](http://dspace.udla.edu.ec)

Fuente de Internet

2%

3

Submitted to Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador

Trabajo del estudiante

1%

4

[repositorio.ucv.edu.pe](http://repositorio.ucv.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

5

[alicia.concytec.gob.pe](http://alicia.concytec.gob.pe)

Fuente de Internet

1%

6

[repositorioslatinoamericanos.uchile.cl](http://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl)

Fuente de Internet

1%

7

[repositorio.uncp.edu.pe](http://repositorio.uncp.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

8

[repositorio.untrm.edu.pe](http://repositorio.untrm.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

9

[1library.co](http://1library.co)

Fuente de Internet

1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias &lt; 1%

Excluir bibliografía

Apagado