



FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación Corporativa

CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS NUEVOS SOCIOS EN UNA EMPRESA DE COSMÉTICOS, DISTRITO DE SAN ISIDRO, LIMA 2025

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciado en Comunicación Corporativa

Autor:

Francisco Javier Bravo Benites

Asesor:

Dr. Luis Edgar Tarmeño Bernuy

<https://orcid.org/0000-0001-7511-5273>

Lima - Perú

2025


JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	OLGA PAOLA AGUIRRE PEREZ
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	YULVITZ RAMON QUIROZ PACHECO
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	LUIS EDGAR TARMEÑO BERNUY
	Nombre y Apellidos

Informe de Similitud

 Página 2 of 78 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid::1:3283574167


19% Similitud general


El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...


Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado

Fuentes principales

18%  Fuentes de Internet

6%  Publicaciones


13%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

 Página 2 of 78 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid::1:3283574167

Dedicatoria

La presente dedicatoria va dirigida a mis padres, como muestra de agradecimiento por todo el amor, apoyo y sacrificio que me han otorgado durante toda mi vida. Gracias por ser mis pilares durante todo este proceso, por creer en mí y por estar siempre presentes.

Espero que esta dedicación les haga sentir lo orgulloso que me siento de ser su hijo.

Agradecimiento

A todas aquellas personas que me acompañaron en este trayecto. Pero, sobre todo a mis padres, por todo su apoyo y cuidado en el proceso de este trabajo de investigación. Su amor y sacrificio fueron la fuente de inspiración y motivación que me han llevado a perseverar en las situaciones más complicadas. Agradezco por su comprensión y paciencia en los tiempos que tuve que dedicar largas horas a mi continuo desarrollo profesional. Los amo de aquí hasta siempre.

Tabla de contenidos

Índice de tablas	7
Índice de Figuras	8
Resumen	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema.....	23
1.3. Objetivo	24
1.4. Hipótesis	25
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	27
CAPÍTULO III: RESULTADOS	36
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	52
REFERENCIAS	58
ANEXOS	66

Índice de tablas

Tabla 1. Validación de Instrumento	32
Tabla 2. Resumen de Procesamiento de Casos.....	34
Tabla 3. Estadística de Fiabilidad.....	34
Tabla 4. Distribución de Frecuencias de la Variable Canales de Comunicación Interna	36
Tabla 5. Distribución de Frecuencias de la Dimensión Canales Formales.....	37
Tabla 6. Distribución de Frecuencias de la Dimensión Comunicación Efectiva	38
Tabla 7. Distribución de Frecuencias de la Dimensión Accesibilidad	40
Tabla 8. Distribución de Frecuencias de la Variable Productividad Laboral	41
Tabla 9. Distribución de Frecuencias de la Dimensión Cumplimiento de tareas.....	42
Tabla 10. Distribución de Frecuencias de la Dimensión Desempeño Laboral.....	43
Tabla 11. Distribución de Frecuencias de la Dimensión Gestión del Tiempo	44
Tabla 12. Nivel de la Variable Canales de Comunicación Interna y sus Dimensiones	46
Tabla 13. Nivel de la Variable Productividad Laboral y sus Dimensiones.....	46
Tabla 14. Prueba de Normalidad mediante Shapiro-Wilk.....	47
Tabla 15. Prueba de Hipótesis General.....	48
Tabla 16. Prueba de Hipótesis Específica 1.....	49
Tabla 17. Prueba de Hipótesis Específica 2.....	49
Tabla 18. Prueba de Hipótesis Específica 3.....	50

Índice de Figuras

Figura 1. Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Variable Canales de Comunicación Interna.....	37
Figura 2. Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Canales Formales	38
Figura 3. Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Comunicación Efectiva.....	39
Figura 4. Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Accesibilidad	40
Figura 5. Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Variable Productividad Laboral	41
Figura 6. Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Cumplimiento de tareas	42
Figura 7. Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Desempeño Laboral.....	44
Figura 8. Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Gestión del Tiempo.....	45

Resumen

Este estudio tuvo como propósito principal encontrar la relación entre los canales de comunicación interna y la productividad laboral de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025. Para ello, se utilizó un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, transversal y correlacional. La muestra estuvo compuesta por 35 nuevos socios, a quienes se aplicó un cuestionario con escala tipo Likert. Los datos se procesaron mediante el software IBM SPSS Statistics, aplicando pruebas estadísticas como el coeficiente de Spearman y el Alfa de Cronbach. Los resultados mostraron una correlación afirmativa fuerte entre las variables estudiadas, así como entre las dimensiones específicas de estas. Se concluye que una gestión adecuada de los canales formales, la comunicación efectiva y la accesibilidad de los mensajes influye de manera directa en el cumplimiento de tareas, el desempeño y la gestión del tiempo por parte de los nuevos socios, posicionando a la comunicación interna como un eje estratégico para potenciar el rendimiento desde el ingreso a la organización.

Palabras clave: canales de comunicación interna, productividad laboral, canales formales, nuevos socios, organización, gestión del tiempo.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Realidad problemática

Actualmente, la comunicación interna ha cobrado un rol protagónico como herramienta clave para que las organizaciones tengan éxito y competencia a nivel global. La pandemia de COVID-19 aceleró la migración hacia canales digitales y modelos de trabajo híbridos, impulsando a las empresas a fortalecer sus plataformas de comunicación interna para mantener la conexión y coordinación entre colaboradores. Tal como lo explica Verazzi et al. (2021), los departamentos de comunicación interna se transformaron para responder a los nuevos desafíos del ecosistema digital, asumiendo la responsabilidad de construir un sentido y rumbo dentro de la organización. Sin embargo, más allá del cambio tecnológico, muchas organizaciones enfrentan todavía deficiencias en la eficiencia de estos canales, lo que repercute directamente en la productividad de sus empleados.

Los canales de comunicación interna cumplen una función fundamental en la fortificación del rendimiento laboral, ya que no se limitan únicamente a transmitir información, sino que mantienen al personal alineado con las metas y procesos organizacionales. Es por eso que, Salinas (2020) explica que las empresas que dominan el uso adecuado de estos canales logran fomentar una mayor productividad en sus trabajadores, al garantizar que estén informados sobre las novedades internas y las metas que deben alcanzar.

En el contexto latinoamericano, esta problemática se intensifica debido a la diversidad sectorial y la variabilidad en la adopción de tecnologías. Aunque algunas empresas como en países más desarrollados como Argentina o Brasil, han avanzado en implementar sistemas más participativos y bidireccionales, en muchas otras prevalecen prácticas comunicativas rígidas y poco accesibles, que limitan la fluidez informativa y

dificultan la adaptación de los trabajadores. Esta situación afecta especialmente a los nuevos socios dentro de las organizaciones, quienes necesitan una comunicación clara, constante y accesible para comprender sus funciones, procesos y expectativas. En ese sentido, una estrategia de comunicación efectiva a través de los canales internos, no solo fortalece la cultura, sino también influye directamente en la productividad, al orientar a los trabajadores en el cumplimiento de los objetivos y facilitar su integración al entorno laboral (Farinango, 2024).

En el Perú, Apoyo Comunicación (2020) destaca que las reuniones de área son uno de los medios internos más utilizados por los trabajadores para mantenerse informados, lo que evidencia la importancia de institucionalizar espacios presenciales y bidireccionales que fortalezcan la interacción entre líderes y colaboradores. Esta necesidad es especialmente crítica en sectores con alta rotación y entrada constante de nuevos socios, como el de venta directa de cosméticos. A pesar de que muchas empresas han adoptado herramientas digitales para mejorar los flujos comunicacionales internos, persisten brechas importantes en la calidad y efectividad de los mensajes transmitidos. La sobrecarga de información, la limitada accesibilidad y la dificultad para obtener datos adecuados a través de los canales internos generan confusión y desorientación entre los nuevos socios. Estas deficiencias afectan directamente su productividad, reflejándose en retrasos en el cumplimiento de tareas, baja calidad en el desempeño y dificultad para alcanzar los objetivos organizacionales. Esto impacta no solo en el trabajador, sino también en la rentabilidad y progresión de la empresa en un mundo altamente competitivo. Según lo señalan Macetas y Carhuancho (2024), una comunicación ineficaz entre las instituciones y sus colaboradores puede generar incertidumbre y malestar, afectando negativamente la motivación del personal y reduciendo los grados de productividad en todos los sectores.

En cuanto al contexto propio de la entidad, es importante analizar los canales de comunicación interna dirigidos a los nuevos socios que se incorporan constantemente al negocio. Estos canales, concebidos como medios para transmitir lineamientos, procesos y valores organizacionales, deberían facilitar su adaptación y desempeño. Sin embargo, se ha identificado que la información brindada suele ser poco clara o abrumadora, dificultando la comprensión de sus funciones y afectando negativamente su productividad. Esto se traduce en errores operativos, baja motivación, incumplimiento de tareas y rotación frecuente, generando pérdidas para la organización.

En ese sentido, resulta necesario determinar si los canales de comunicación interna realmente contribuyen a una integración efectiva, mejoran el desempeño laboral y apoyan la productividad de los nuevos socios desde sus primeras semanas. La presente investigación busca evidenciar cómo una comunicación interna clara, accesible y efectiva puede impactar en el rendimiento de estos colaboradores.

Por ello, esta tesis tiene como objetivo definir el relacionamiento entre los canales de comunicación interna y la productividad de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025. En base a ello, se expone la siguiente interrogante de investigación: ¿Cuál es la relación entre los canales de comunicación interna y la productividad de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025?

Con el fin de abordar la interrogante planteada, se presentan a continuación los antecedentes que servirán como referencia para nuestra área de estudio.

Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Siyan (2024) desarrolló un estudio cuantitativo en la Oficina Zonal de Educación en Kanthale, Sri Lanka, con el fin de examinar el vínculo entre los canales de comunicación interna, específicamente los formales e informales, y la productividad laboral en el ámbito público. Se encuestó a 75 trabajadores mediante un cuestionario validado, con niveles de confiabilidad aceptables determinados mediante el coeficiente alfa de Cronbach (0.759) para la variable 1, (0.721) para la variable 2 y (0.638) para productividad. El análisis se elaboró a través de la prueba de Pearson, obteniéndose resultados que evidenciaron un nexo positivo y significativo entre los canales de comunicación formal e informal y la productividad laboral, con un resultado de $r = 0.605$ para comunicación formal y $r = 0.563$ para comunicación informal, ambos con $p < 0.01$. El estudio concluye que contar con canales de comunicación internos bien estructurados, accesibles y coherentes tiene un impacto directo en el performance y eficiencia del trabajador, reforzando lo vital de la comunicación como artefacto estratégica en entornos organizacionales.

Claro et al. (2022) desarrollaron una investigación enfocada en investigar y analizar el impacto en el estado, los ajustes y el funcionamiento de la comunicación interna en pandemia en algunas organizaciones de Chile. Se consideró un enfoque cuantitativo y tuvo un alcance exploratorio. Para recopilar datos, se utilizaron cuestionarios de elaboración propia que fueron completados de manera individual por los encuestados. Los resultados indicaron que, aunque no se logró obtener información detallada sobre los canales internos más utilizados por los colaboradores, se evidenció que la importancia de los canales digitales facilita el intercambio de datos entre los empleados, lo que contribuyó a fortalecer la relación entre los colaboradores y la empresa, impactando positivamente en su productividad laboral.

Chinelo (2020) por su parte, investigó en 15 empresas manufactureras del estado de Anambra, en Nigeria, con el propósito de descubrir la conexión entre la comunicación interna y la productividad laboral de los empleados. El estudio sigue una perspectiva cuantitativa, de tipo correlacional y diseño transversal. Se aplicaron encuestas estructuradas a una muestra de 338 trabajadores, y el procesamiento de datos se realizó mediante la correlación de Spearman. Las respuestas evidenciaron una relación positiva y relevante entre las 2 variables, con una correlación de $r = 0.488$ y una significancia de $p = 0.001$, lo cual demuestra que el fortalecimiento de los canales de comunicación interna influye directamente en el desempeño productivo del personal en el sector industrial nigeriano.

Benítez (2025) realizó una investigación con el fin de analizar la evolución histórica y el rol estratégico de la comunicación interna en las organizaciones. A través de una revisión narrativa, se exploraron las transformaciones socioculturales y tecnológicas que han influido en los procesos comunicativos, destacando la importancia de integrar los canales de comunicación interna dentro de la planificación organizacional. Asimismo, se abordó el impacto de una comunicación efectiva en el entorno laboral, lo que permite inferir su relación con aspectos clave como la productividad del personal. La investigación determinó que un manejo adecuado de la comunicación interna contribuye significativamente a la creación de ambientes laborales positivos y funcionales.

Olugbenga y Amarachi (2023) investigaron diversas organizaciones con la meta de conocer cómo la comunicación corporativa interna influye en la productividad de los empleados. Se adoptó un enfoque mixto, utilizando encuestas aplicadas a 296 trabajadores de diferentes niveles jerárquicos, así como entrevistas a personal de dirección. El análisis cuantitativo se realizó mediante frecuencias y el examen estadístico de Chi-cuadrado, que arrojó distintos valores ($\chi^2 = 24.96$) ($gl = 6$) y significancia ($p =$

0.000), lo que esclarece una relación estadísticamente importante entre los canales internos y el rendimiento laboral. Además, los datos cualitativos evidenciaron que la gestión deficiente de la comunicación interna, como la falta de retroalimentación efectiva o el desajuste entre el contenido del mensaje y su canal, puede generar insatisfacción y bajo desempeño. En conjunto, el estudio concluye que la calidad del flujo comunicacional determina en gran medida la eficacia con la que los empleados ejecutan sus tareas.

Antecedentes Nacionales

Acosta (2020) en su tesis, analizó la comunicación interna y la productividad en administrativos de una universidad. La investigación fue cuantitativa, de tipo correlacional y diseño transversal. En la muestra participaron 28 trabajadores seleccionados mediante muestreo aleatorio estratificado. Se hicieron cuestionarios validados para las variables y se garantizó su confiabilidad mediante opinión de expertos y el alfa de Cronbach. Se usó la prueba de correlación de Pearson para analizar los datos, obteniéndose un resultado de $r = 0.868$, evidenciando una correlación significativamente alta entre la comunicación interna y la productividad laboral del personal.

Por otra parte, Angelats et al. (2023) realizaron un estudio donde identificaron los caminos más idóneos para enriquecer el performance de los empleados de una peluquería, a través de técnicas de comunicación intraorganizacional. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, con un diseño aplicado, descriptivo y correlacional. Aplicaron un cuestionario a una muestra de 25 trabajadores, con el fin de evaluar su percepción sobre los canales internos de comunicación utilizados por la organización y su relación con la productividad. Los resultados obtenidos mediante la prueba de Spearman mostraron un coeficiente ($r = 0.755$), con significancia ($p = 0.001$), lo que evidenció un vínculo bueno y fuerte entre las variantes. El estudio concluye que una comunicación interna efectiva

favorece no solo el rendimiento de los colaboradores, sino también su sentido de pertenencia con la organización.

Pasos (2022), en su tesis realizada, nos plantea como logro de esta investigación indagar sobre la percepción de los empleados de un grupo de empresas con respecto al manejo de la comunicación interna en 2021. Asimismo, la metodología aplicada fue con enfoque cualitativo, exploratorio de tipo aplicada, donde la técnica de recolección de data se resume en entrevistas y focus group a una población de 125 trabajadores. Por lo que se concluyó que durante el periodo de tiempo mencionado se evidenció una administración inadecuada de los medio internos de comunicación en la organización, lo cual tuvo un efecto negativo en el clima del trabajo y, en consecuencia, afectó directamente la productividad laboral de los colaboradores.

Nina et al. (2024) realizaron un estudio en una universidad en Perú, con el objetivo de analizar, mediante un enfoque longitudinal y el uso del algoritmo k-means, el nivel de utilización de los medios tradicionales y virtuales de comunicación organizacional entre los años 2014 y 2022. La población incluyó a empleados y estudiantes de la institución, con mediciones aplicadas a muestras no probabilísticas en distintos momentos. Los resultados revelaron una disminución en el uso de medios tradicionales como carteles, reuniones presenciales y materiales impresos, en contraste con un aumento en el empleo de otros canales como el correo corporativo y WhatsApp. Por lo que concluyeron en la necesidad de actualizar constantemente los planes de comunicación interna, considerando que los canales evolucionan con el tiempo y su efectividad incide directamente en la interacción organizacional y, por extensión, en el rendimiento del equipo humano.

Finalmente, Ruiz y Velezmoro (2021) ejecutaron una investigación con el objetivo de determinar el lazo entre la comunicación interna y la productividad del personal de una municipalidad. El estudio fue de enfoque cuantitativo. Se encuestaron a

50 trabajadores, y para recolectar de datos se usaron 2 cuestionarios de múltiples respuestas, uno para cada variable. Los cuales fueron validados y presentaron una confiabilidad elevada. El análisis estadístico empleó la prueba Pearson, obteniéndose un nivel de significancia (0.019) y un coeficiente ($r = 0.33$), lo que indica una indudable relación, pero débil entre las variables. Los resultados evidenciaron que la apreciación del nivel de comunicación era baja para la mayoría del personal, situación que coincidía con un nivel también bajo de productividad en esa institución pública.

Bases Teóricas

Teorías relacionadas a la variable Canales de Comunicación Interna

Teoría de la Contingencia

Esta teoría, desarrollada por Fred Fiedler y citada por Pinzón y Reyes (2025), sostiene que no existe una única manera universalmente válida para organizar o dirigir una empresa, ya que las decisiones deben estar acorde a las condiciones específicas del contexto. Aplicada a la comunicación interna, esta teoría enfatiza la importancia de adaptar los canales y estrategias comunicacionales a los contextos y necesidades concretas de cada organización.

De acuerdo con Loachamin et al. (2025), el uso de plataformas digitales ha contribuido significativamente a optimizar la comunicación interna, al proporcionar materiales que simplifican la permutación de información y fomentan una familiaridad más dinámica entre los integrantes de la organización. En este sentido, la implementación de herramientas como WhatsApp, Google, Microsoft Teams o Zoom como canales de comunicación interna no es simplemente una elección técnica, sino una respuesta estratégica ante entornos cambiantes y dinámicos. La flexibilidad para seleccionar y utilizar diversos medios, ya sean físicos o digitales, permite a las organizaciones

conservar el correcto flujo en el intercambio de información, lo cual impacta directamente en la bidireccionalidad, el acceso a la información, la retroalimentación y la claridad del mensaje, todos ellos indicadores clave dentro de esta variable.

Además, esta capacidad de adaptación también se relaciona con la dimensión de accesibilidad, ya que el uso de plataformas versátiles y familiares para los colaboradores garantiza una mayor frecuencia de uso y participación en los procesos comunicativos. Las herramientas empleadas en la comunicación interna se eligen considerando las particularidades y demandas específicas de cada organización (Benítez, 2025).

Definición de los Canales de Comunicación Interna

Son los medios, ya sean físicos o digitales, que se utilizan de forma habitual para difundir mensajes dentro de una organización, ya sea entre individuos o hacia grupos (Queiruga et al., 2023). En la misma línea, Idovro (2013) señala que estos canales pueden ser tangibles o intangibles y que su capacidad comunicativa varía: algunos permiten gestionar múltiples señales simultáneamente, facilitan una retroalimentación ágil y presentan un carácter altamente personal, lo cual influye directamente en su efectividad.

Asimismo, Cuenca y Verazzi (2020) afirman que estos abarcan diversas herramientas y situaciones que permiten a los colaboradores desarrollar una comprensión profunda de la organización, su estructura y su funcionamiento. Este conocimiento favorece la claridad en los roles, la correcta realización de las tareas y la alineación con los objetivos institucionales. Por su parte, Petrone (2021) sostiene que estos canales son fundamentales para implementar estrategias orientadas al desarrollo, la productividad y la gestión de relaciones internas, al ser determinantes en el desempeño del colaborador y, por extensión, en los resultados organizacionales.

Finalmente, Castillo (2008) subraya que el uso adecuado y consensuado de los canales de comunicación requiere del compromiso de todos los niveles jerárquicos. Solo si existe una convicción compartida sobre su importancia, la comunicación interna puede cumplir su función estratégica, fortaleciendo la dinámica organizacional y generando entornos laborales más eficientes.

Dimensiones de los Canales de Comunicación Interna

Canales Formales

Los canales de comunicación formales, conocidos también como canales oficiales, son aquellos a través de los cuales se transmiten mensajes reconocidos y explícitamente establecidos como oficiales por la organización, por lo que es fundamental que estos canales transmitan la máxima cantidad de información relevante para los diferentes grupos que conforman el personal de la empresa, contribuyendo así a la productividad y activo humano de la compañía. (Enrique, 2008)

Comunicación efectiva

La comunicación efectiva es un procedimiento humano complejo que acepta transferir ideas, emociones, instrucciones y conocimientos de forma clara y comprensible. Este intercambio, facilitado a través de diversos canales de comunicación, requiere habilidades tanto verbales como no verbales para lograr entendimiento mutuo y acuerdos entre las partes involucradas. (Slack, 2024)

Accesibilidad

Una comunicación accesible implica garantizar que los mensajes y la información se adapten a las necesidades comunicativas de todas las personas dentro de la organización, de modo que el público objetivo, ya sean empleados o clientes, pueda

acceder, comprender y participar activamente con el contenido que se les proporciona.

(Australian Human Rights Commissions, 2019)

Teorías relacionadas a la variable Productividad Laboral

Teoría de la Comunicación Productiva

La teoría de la comunicación productiva planteada por Nosnik (2012), propone una comprensión de la comunicación como un proceso que no solo conlleva el intercambio de mensajes, sino que también contribuye activamente a la transformación y mejora de los entornos en los que ocurre. En el contexto laboral, esta teoría se centra en cómo la interacción efectiva entre los colaboradores, apoyada por tecnologías de información cada vez más flexibles, permite optimizar los sistemas internos de una organización. De esta manera, la comunicación productiva se convierte en un eje clave para fomentar la innovación, mejorar procesos y, en consecuencia, elevar la productividad laboral al facilitar la interpretación clara de los mensajes, la decisión colaborativa y la coordinación eficiente entre los equipos de trabajo. La teoría se estructura en tres etapas clave:

1. Etapa lineal: Se enfoca en la producción, generación y transmisión de mensajes mediante medios tecnológicos. Aquí, la función principal es crear y enviar mensajes entre emisores y receptores. Esta etapa tiene relación con dimensiones como la claridad del mensaje y la accesibilidad en los canales formales, fundamentales para un flujo informativo eficiente.
2. Etapa dinámica: Estudia las relaciones de influencia mutua entre los elementos del proceso comunicativo. La retroalimentación y la distribución en red son los elementos centrales. En el contexto laboral, esta etapa se vincula directamente con la comunicación efectiva, ya que una correcta circulación de la información en múltiples direcciones, como la bidireccionalidad, permite un mejor entendimiento

y coordinación entre equipos, favoreciendo así el término de tareas y una administración del tiempo más eficiente.

3. Etapa productiva: Es el núcleo de la teoría y se centra en cómo los ambientes informacionales inciden sobre los sistemas humanos. Aquí, la información no solo se transmite, sino que se utiliza inteligentemente para innovar, mejorar procesos y cumplir objetivos colectivos. Desde la perspectiva de la productividad laboral, esta etapa es especialmente significativa, ya que plantea que una comunicación interna bien estructurada puede impactar directamente en el alcance de objetivos, la calidad del trabajo y la puntualidad, todos ellos indicadores clave del rendimiento organizacional.

Modelo de Productividad de Sink & Tuttle: Siete Criterios de Desempeño

Citados por Heydary et al. (2021), Sink y Tuttle (1985, 1989) proponen un modelo de medida del rendimiento organizacional sustentado en 7 criterios interrelacionados. Este enfoque parte de la premisa de que el desempeño de una empresa no obedece un solo indicador, sino del equilibrio y la interacción entre varios factores que influyen en los resultados obtenidos por el sistema. Estos criterios permiten una comprensión más profunda del nivel de productividad y desempeño de los colaboradores en distintos niveles.

Además, Heydary et al. (2021) mencionan que, dentro de este modelo, la productividad se explica como el lazo entre los resultados generados (outputs) y los recursos utilizados (inputs), pero no se limita a una visión cuantitativa. Más bien, se interpreta como una variable que está influida por condiciones organizacionales como la eficiencia de operación, la calidad de los procedimientos, la aptitud de innovar y el bienestar del capital humano.

Definición de la Productividad Laboral

Es la conjunción entre los resultados alcanzados y el personal involucrado en el proceso productivo. Para ello, los canales internos de información y son clave, ya que facilitan la coordinación y el logro eficiente de los objetivos de la compañía (Agudelo y Escobar, 2022)

Asimismo, Correa y Gutierrez (2018) plantean que la productividad representa un concepto primordial en el ámbito de las ciencias económicas, ya que su influencia se extiende de forma directa o indirecta sobre distintos aspectos clave del funcionamiento empresarial. Por un lado, incide en la fijación de tarifas correspondientes a los servicios que ofrecen las organizaciones, afectando su competencia en el mercado; y por otro, tiene un impacto significativo en las expectativas y demandas de los clientes, al condicionar la eficiencia y capacidad de respuesta de las empresas frente a sus necesidades.

Fontalvo et al. (2017) manifiesta que la producción de una empresa no se rige por solo un elemento, más bien está influenciada por múltiples factores que interactúan entre sí, clasificándolos en internos, aquellos en los que la organización tiene cierto control, y externos, que no dependen directamente de la empresa, pero tienen un impacto en su productividad, donde el recurso humano destaca como uno de los más importantes.

Dimensiones de la Productividad Laboral

Cumplimiento de tareas

Este aspecto se refiere a la capacidad del colaborador para ejecutar correctamente las labores que le han sido asignadas, en tiempo oportuno y con un mínimo margen de error. Está relacionado con la eficiencia, en tanto que implica realizar una cantidad adecuada de tareas de forma satisfactoria y dentro de los plazos establecidos. Un buen

nivel de cumplimiento de tareas contribuye significativamente a la productividad general del equipo y fortalece la reputación organizacional, al garantizar un desempeño constante y confiable por parte del personal (Montoya, 2009).

Desempeño laboral

Este se refiere a cómo cada persona se desenvuelve dentro de su día de trabajo, asegurando que sus acciones se alineen con las exigencias y objetivos establecidos. Este desempeño debe ser eficiente, eficaz y efectivo en la ejecución de las responsabilidades asignadas, contribuyendo así al cumplimiento de metas institucionales. En ese sentido, se reconoce que un desempeño laboral sólido es un componente clave dentro de la productividad laboral, ya que impacta en dimensiones como el cumplimiento de tareas, el manejo adecuado del tiempo y el nivel de rendimiento alcanzado. (Palma et al., 2013)

Gestión del tiempo

Según Raju y Jagannadha (2022), la gestión del tiempo consiste en planificar y ejercer un control consciente sobre el uso del tiempo en tareas específicas, con el propósito de optimizar la eficacia, la eficiencia y, en consecuencia, la productividad. Esta práctica puede ser fortalecida mediante el empleo de diversas habilidades, herramientas y técnicas que permiten cumplir con proyectos, tareas u objetivos dentro de los plazos establecidos. En el ámbito organizacional, una gestión del tiempo adecuada incide en el desempeño y la productividad del trabajador, puesto que autoriza un uso más lógico de los recursos y una mejor organización del trabajo. Además, cuando se combina con canales de comunicación interna accesibles y efectivos, se facilita una mejor coordinación y asignación de responsabilidades, lo cual potencia aún más el rendimiento del personal.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál es la relación entre los canales de comunicación interna y la productividad de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025?

1.2.2. Problemas Específicos

¿Cuál es la relación entre los canales de comunicación interna y el cumplimiento de tareas de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025?

¿Cuál es la relación de los canales de comunicación interna y el desempeño laboral de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025?

¿Cuál es la relación de los canales de comunicación interna y la gestión del tiempo de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025?

1.3. Objetivo

1.3.1. Objetivo Principal

Determinar la relación entre los canales de comunicación interna y la productividad de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025.

1.3.2. Objetivos Específicos

Determinar la relación de los canales de comunicación interna y el cumplimiento de tareas de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025.

Determinar la relación de los canales de comunicación interna y el desempeño laboral de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025.

Determinar la relación de los canales de comunicación interna y la gestión del tiempo de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis General

Existe una relación significativa entre los canales de comunicación interna y la productividad de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025.

1.4.2. Hipótesis Específicas

Existe una relación significativa entre los canales de comunicación interna y el cumplimiento de tareas de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025.

Existe una relación significativa entre los canales de comunicación interna y el desempeño laboral de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025.

Existe una relación significativa entre los canales de comunicación interna y la gestión del tiempo de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025.

Justificación

Justificación teórica

La investigación se concentra en el análisis de fuentes científicas, académicas y profesionales que abordan la comunicación dentro de la empresa como un eje crítico para el correcto funcionamiento. En particular, se busca contribuir al conocimiento sobre cómo estos impactan en la productividad de los colaboradores, una relación que ha sido ampliamente discutida en contextos corporativos tradicionales, pero poco explorada en modelos de negocio como el multinivel. Al enfocarse en nuevos socios dentro del sector de venta directa, este estudio amplía la comprensión teórica de ambos conceptos y proporciona fundamentos que podrán ser utilizados por futuros investigadores que aborden problemáticas similares.

Justificación práctica

Este estudio permitirá identificar cómo la calidad y funcionalidad de los medios detallados inciden en el desempeño, cumplimiento de tareas y gestión del tiempo de los nuevos socios. A través de esta información, la empresa podrá optimizar su plan de comunicación interna, facilitar la integración de los colaboradores, minimizar errores, reducir rotaciones innecesarias y, finalmente, mejorar la productividad en un entorno donde los resultados dependen en gran parte del rendimiento individual y colectivo.

Justificación metodológica

La presente se desarrolla en un contexto no convencional como lo es el modelo de venta directa de cosméticos, lo que representa una oportunidad para aplicar enfoques cuantitativos a una realidad poco documentada desde el ámbito académico. El estudio no solo identifica variables relevantes para la productividad y la comunicación interna, sino que también proporciona un instrumento de análisis aplicable a organizaciones con estructuras similares

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Tipo de Investigación

Vásquez et al. (2023) señalan que la investigación básica tiene como principal objetivo generar conocimiento nuevo, priorizando la comprensión teórica de un fenómeno sin que necesariamente se aplique de forma inmediata. Esta forma de investigación busca enriquecer el saber en un campo específico y sentar las bases para futuras aplicaciones o estudios.

En ese sentido, el estudio pretende describir cómo se manifiesta la variable 1 y cómo estos se relacionan con la variable 2 de los colaboradores. Todo ello, sin manipular las condiciones del entorno organizacional, sino mediante la contemplación y el análisis de datos recolectados en un momento determinado.

Enfoque

El enfoque de investigación hace referencia a la perspectiva metodológica desde la cual se basa un estudio. Existen tres enfoques principales: el cuantitativo, el cualitativo y el comparativo. Aunque cada uno se fundamenta en distintos principios teóricos y metodológicos, no son excluyentes entre sí, sino que pueden complementarse según los objetivos y características del trabajo investigativo. (Sánchez y Murillo, 2021)

En el caso de la presente investigación, se opta por un enfoque cuantitativo, ya que se busca medir, analizar e indicar la relación entre las 2 variables mencionadas de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos. Este permite emplear técnicas estadísticas para evaluar el comportamiento de estas variables a partir de la aplicación de encuestas estructuradas, cuyas respuestas serán procesadas numéricamente para generar un análisis objetivo y verificable. Esta estrategia posibilita identificar patrones, asociaciones y niveles de percepción respecto al uso de los canales internos y

su influencia sobre el cumplimiento de tareas, desempeño y gestión del tiempo de los colaboradores.

Nivel

Este estudio se ubica en el nivel correlacional descriptivo, puesto que busca examinar la relación existente entre las variables ya explicadas. De acuerdo con Vázquez et al. (2023), la investigación correlacional permite examinar la relación existente entre dos o más variables, sin necesidad de intervenir o modificar ninguna de ellas. Este tipo de metodología busca identificar si existe un vínculo entre los elementos analizados, aunque no pretende establecer un nexo de causa y efecto entre ellos.

Este nivel resulta adecuado ya que el presente trabajo de tesis no se limita a describir o caracterizar un solo fenómeno, sino que busca establecer si existe una asociación significativa entre la manera en que se gestionan las 2 variables a estudiar en este estudio.

Diseño y Corte

Se adopta un enfoque no experimental y de corte transversal. El diseño no experimental se centra en observar y describir cómo se presenta un fenómeno, identificando sus características, propiedades y condiciones, sin intervenir directamente ni establecer relaciones de causa y efecto (Coronel, 2023).

Por su parte, el corte transversal, también denominado estudio transversal o estudio de prevalencia, se enfoca en recolectar datos en un solo momento del tiempo con el fin de conocer el estado actual de las variables. Manterola et al. (2022) explica que, estos estudios permiten identificar todos los casos relevantes en un momento específico, sin considerar cómo o cuándo se originaron ni cuánto tiempo persistirán. Esta característica es especialmente pertinente para la presente investigación, ya que se busca

analizar la relación entre las 2 variables en una muestra determinada dentro de una organización, considerando únicamente su situación actual.

En este sentido, el diseño y corte mencionados permite captar de manera precisa la percepción de la planilla sobre la utilización de canales de comunicación interna, como su formalidad, efectividad y accesibilidad, y su vínculo con aspectos clave de la productividad laboral, como el cumplimiento de tareas, el desempeño y la gestión del tiempo.

Población y Muestra

Población de estudio

Se considera población al grupo completo de personas, elementos o fenómenos que tienen una característica en común y que forman parte del enfoque principal de la investigación (Vizcaíno et al., 2023).

El grupo está conformado por 35 nuevos socios que se incorporaron a una empresa de venta de cosméticos, durante los meses de enero a mayo de 2025. Estos colaboradores han comenzado a interactuar con los distintos canales de comunicación interna implementados por la organización, como parte del proceso de inducción y adaptación a la cultura corporativa. Su participación es clave, ya que permite analizar cómo dichos canales influyen en aspectos centrales de su productividad laboral.

Criterios de inclusión y exclusión

De acuerdo con Ramos y García (2024), los criterios de exclusión hacen referencia a aquellos elementos o características que presentan investigaciones previas o artículos que no forman parte del estudio actual, es decir, factores que los diferencian del presente análisis y que justifican su descarte. Por el contrario, los criterios de inclusión

corresponden a las cualidades que deben respetar los artículos científicos o sujetos de estudio para ser considerados válidos dentro del marco investigativo.

En ese sentido, los criterios de inclusión fueron:

- Ser un nuevo socio activo de la empresa de venta directa de cosméticos Oriflame, con fecha de ingreso entre enero y mayo de 2025.
- Ser mayor de edad.
- Haber accedido al menos una vez a la plataforma virtual de Oriflame.
- Haber tenido contacto directo con su líder o patrocinador.

Los criterios de exclusión considerados fueron:

- Ser menor de edad.
- Socios que hayan ingresado antes de enero o después de mayo de 2025.
- Reingresantes, es decir, personas que ya formaron parte de la empresa en el pasado.

Muestra

Esta plasma una porción de la población que permite a los investigadores analizar características concretas sin la necesidad de evaluar a todos los integrantes del grupo total, algo que podría ser poco viable por restricciones de tiempo, recursos o acceso. (Sekaran y Bougie, 2016, citado en Vizcaíno et al., 2023)

En esta investigación se empleará el muestreo aleatorio simple, el cual, de acuerdo con Vizcaíno (2023), aquí todos los sujetos tienen una equitativa eventualidad de ser seleccionados, siendo una técnica apropiada cuando se busca una muestra no sesgada y resulta más eficaz en contextos donde la población es relativamente homogénea. Debido a esto, dada la naturaleza acotada de la población, se optará por trabajar con la totalidad de los 35 nuevos socios que ingresaron a la empresa.

Este abordaje censal permitirá realizar un análisis completo y detallado los colaboradores recién incorporados, lo cual aportará evidencia directa y contextualizada para responder a los objetivos de la investigación.

Técnica

Vizcaíno et al. (2023), de acuerdo a lo planteado por Arias (2020), señalan que las técnicas de investigación corresponden a procedimientos concretos aplicados dentro de un método determinado, cuyo propósito es recolectar, examinar e interpretar información de forma más precisa y profunda.

En este estudio se utiliza la técnica de la encuesta. Esta constituye un componente central dentro del enfoque cuantitativo. Su elección responde a su eficacia para recolectar datos de forma estandarizada, sistemática y en volúmenes considerables, lo cual facilita el análisis estadístico posterior.

Vásquez et al. (2023) explican que las encuestas constituyen una técnica común dentro del enfoque cuantitativo, porque facilitan la recolección de datos concretos a partir de una muestra que representa a la población. Esta técnica aplica preguntas estructuradas, cuyo análisis estadístico facilita conocer percepciones, actitudes y comportamientos de una población determinada.

Instrumento

El instrumento de investigación se entiende como una herramienta empleada para compilar y estudiar información durante el proceso investigativo abarcando opciones que permiten obtener datos precisos y relevantes para el estudio (Medina et al., 2023).

En el presente estudio se empleará un cuestionario en línea, elaborado a través de Google Forms. Según Vásquez et al. (2023), este es un instrumento que se compone de interrogantes formuladas por escrito, las cuales deben ser respondidas directamente por

los participantes. Este instrumento puede ser administrado de forma presencial o mediante plataformas digitales, como el correo electrónico o internet, lo que permite una mayor accesibilidad y alcance en la investigación.

El cuestionario será diseñado en función de las dos variables del estudio. Cada sección estará compuesta por ítems alineados a las dimensiones e indicadores establecidos en la matriz de consistencia. Asimismo, las preguntas estarán redactadas en escala tipo Likert.

Una vez configurado, el cuestionario será distribuido a los participantes seleccionados durante un periodo estimado de dos semanas, en junio de 2025. Se aplicarán criterios de inclusión previamente definidos, garantizando también condiciones de privacidad y confidencialidad. Los datos recolectados serán exportados en formato Excel y analizados estadísticamente con el fin de identificar patrones, niveles de relación y posibles correlaciones entre ambas variables.

Validación del Instrumento

Tabla 1.

Validación de Instrumento

Indicadores de Evaluación	Criterios	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Total
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.	5	5	5	15
2. Objetividad	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.	4	5	5	14
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.	5	4	5	14
4. Organización	Existe una organización lógica.	4	5	5	14

5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	5	5	5	15
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.	5	4	5	14
7. Coherencia	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.	4	5	5	14
8. Consistencia	Basado en aspectos teóricos y científicos.	4	5	5	14
9. Conveniencia	Adecuado para resolver el problema.	4	5	5	14
10. Metodología	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	5	5	5	15
Total - Parcial		45	48	50	143

Nota. Realizado por el autor basados en los resultados obtenidos de la matriz de validación del instrumento.

Confiabilidad de la información

Perez et al. (2020) entiende que esta se relaciona con el grado de certeza que ofrece el instrumento de recolección al obtener datos, es decir, garantiza que, si lo utilizamos en múltiples ocasiones, los cambios que observamos se deben verdaderamente a variaciones en las unidades de análisis y no a fallas en nuestro proceso de muestreo.

Para esta investigación se usará el coeficiente Alfa de Cronbach para evaluar la confiabilidad interna del cuestionario, dado que permite verificar si los ítems de cada dimensión miden de manera coherente un mismo concepto. Según Roco et al. (2024) este estadístico ofrece una estimación precisa de la consistencia, ya que considera la variabilidad del coeficiente y facilita decisiones respecto a posibles ajustes del instrumento. Además, el autor menciona que un valor aceptable debe situarse entre 0.70

y 0.90, rango que indica un nivel adecuado de confiabilidad para estudios con escalas tipo Likert como la presente investigación.

Tabla 2.

Resumen de Procesamiento de Casos

	N	%
Casos Válido	35	100.00 %
Excluido	0	0.00 %
Total	35	100.00 %

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

Fuente: Elaboración personal con el programa IBM SPSS Statistics.

Tabla 3.

Estadística de Fiabilidad

Variable	Alfa de Cronbach	N° de elementos
Canales de Comunicación Interna	0,930	15
Productividad Laboral	0,866	8

Nota. Fuente: Elaboración propia con el programa IBM SPSS Statistics.

De este modo, se procedió al cálculo para evaluar la confiabilidad interna del instrumento, los cuales indicaron un valor de 0.930 por la variable 1 y de 0.866 para la variable 2, lo cual refleja un nivel de confiabilidad excelente y alto, respectivamente. Estos valores confirman que los ítems de cada variable presentan una coherencia interna sólida y son adecuados para medir los constructos planteados en el estudio.

Consideraciones éticas de la investigación

En cumplimiento con los principios éticos de investigación, se ha realizado una correcta cita de todas las fuentes consultadas conforme las normas APA. De esta manera,

los hallazgos obtenidos a partir de artículos científicos, tesis y libros se adhieren a los estándares de calidad, respetando el contenido proporcionado por los autores que colaboran al área de estudio. Es importante destacar que los resultados obtenidos tienen un enfoque investigativo y serán utilizados con fines académicos, asegurando la integridad del método científico y los valores fundamentales necesarios para llevar a cabo un trabajo de investigación. Este compromiso con la integridad y la ética se encuentra respaldado por la Resolución Rectoral N° 001-2023-UPN-SG de la UPN, que dictan directrices claras para la investigación académica en nuestra institución.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Para este estudio se usó un cuestionario de 23 ítems con la escala Likert a 35 nuevos socios de una empresa de venta directa de cosméticos, por el cual el objetivo fue recolectar información sobre el nexo de las variables a estudiar. Los datos han sido examinados mediante el programa IBM SPSS Statistics, empleando un análisis estadístico, el cual permite contrastar los resultados con los objetivos e hipótesis del estudio.

Análisis Descriptivo

Nivel de las variables

En relación con la variable 1, se observa que el 88.6 % de los encuestados se ubica en el nivel alto, lo que muestra una percepción favorable sobre los medios utilizados por la empresa. Solo un 11.4 % se encuentra en el nivel medio, y ninguno en el nivel bajo, evidenciando en general una buena valoración por parte de los nuevos socios.

Tabla 4.

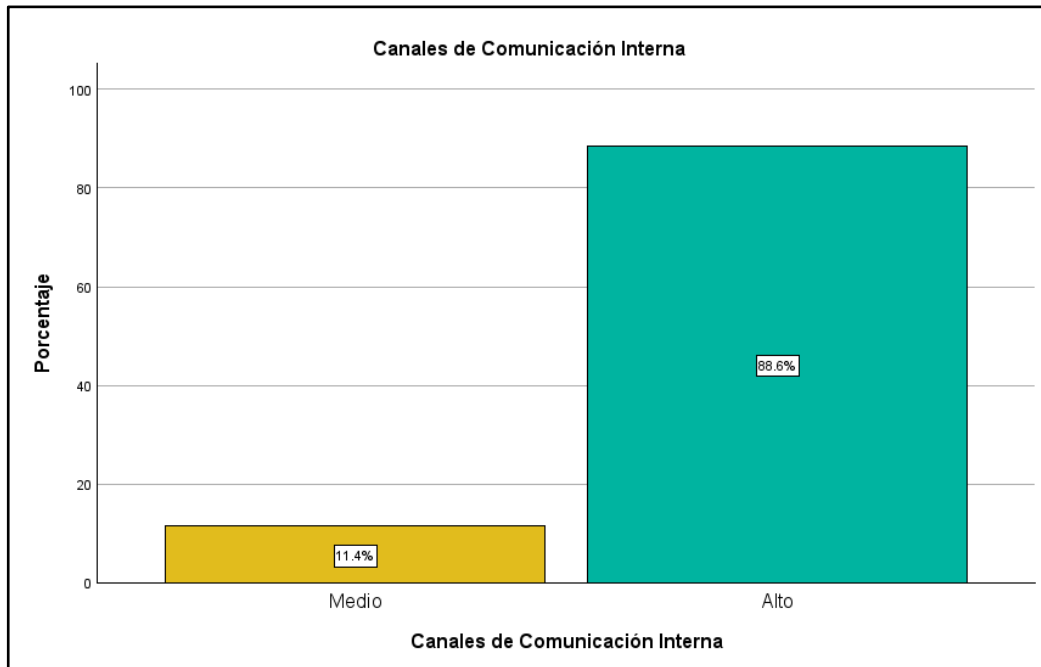
Distribución de Frecuencias de la Variable Canales de Comunicación Interna

Canales de Comunicación Interna			
Nivel	Rango de Calificación	N°	%
Bajo	15 - 35	0	0,0%
Medio	36 - 56	4	11,4%
Alto	57 -75	31	88,6%
Total		35	100,0%

Nota. Información obtenida por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Figura 1.

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Variable Canales de Comunicación Interna



Nota. Elaboración propia por medio del programa IBM SPSS Statistics.

En cuanto a la primera dimensión “Canales Formales”, el 88.6 % de las personas se posicionó en el nivel alto, lo que refleja una percepción positiva sobre el uso de medios oficiales de comunicación. Solo un 11.4 % se ubicó en el nivel intermedio y ninguno en el bajo.

Tabla 5.

Distribución de Frecuencias de la Dimensión Canales Formales

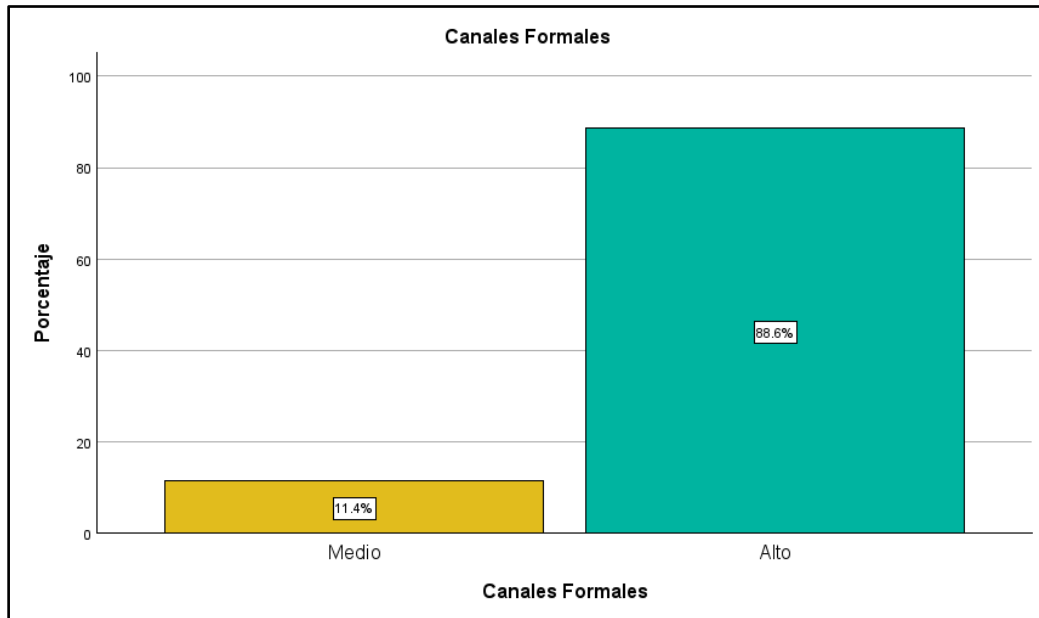
Canales Formales			
Nivel	Rango de Calificación	Nº	%
Bajo	5 - 11	0	0,0%
Medio	12 - 18	4	11,4%
Alto	19 - 25	31	88,6%
Total		35	100,0%

Nota. Información obtenida por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Figura 2.

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Canales

Formales



Nota. Elaboración propia por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Respecto a la segunda dimensión “Comunicación Efectiva”, el 91.4 % de los interrogados se encuentra en el nivel alto, lo que evidencia una valoración favorable sobre la claridad, retroalimentación y comprensión de los mensajes internos. Sólo un 8.6 % se ubicó en el nivel medio, y ninguno en el nivel bajo.

Tabla 6.

Distribución de Frecuencias de la Dimensión Comunicación Efectiva

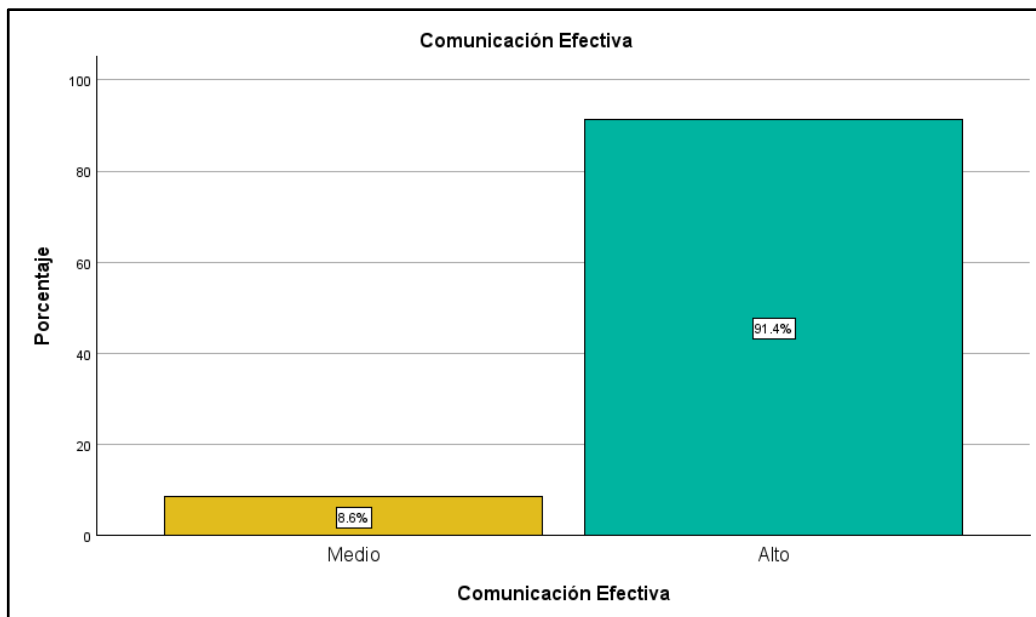
Comunicación Efectiva			
Nivel	Rango de Calificación	N°	%
Bajo	6 - 14	0	0,0%
Medio	15 - 23	3	8,6%
Alto	24 - 30	32	91,4%
Total		35	100,0%

Nota. Información obtenida por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Figura 3.

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión

Comunicación Efectiva



Nota. Elaboración propia por medio del programa IBM SPSS Statistics.

En la tercera dimensión Accesibilidad, el 71.4 % de los nuevos socios se ubicó en el nivel alto. Por otro lado, un 22.9 % se colocó en el nivel medio y un 5.7 % en el nivel bajo, lo que indica una percepción mayoritariamente positiva, aunque con algunos casos que evidencian dificultades en el acceso o uso frecuente de los canales de comunicación.

Tabla 7.

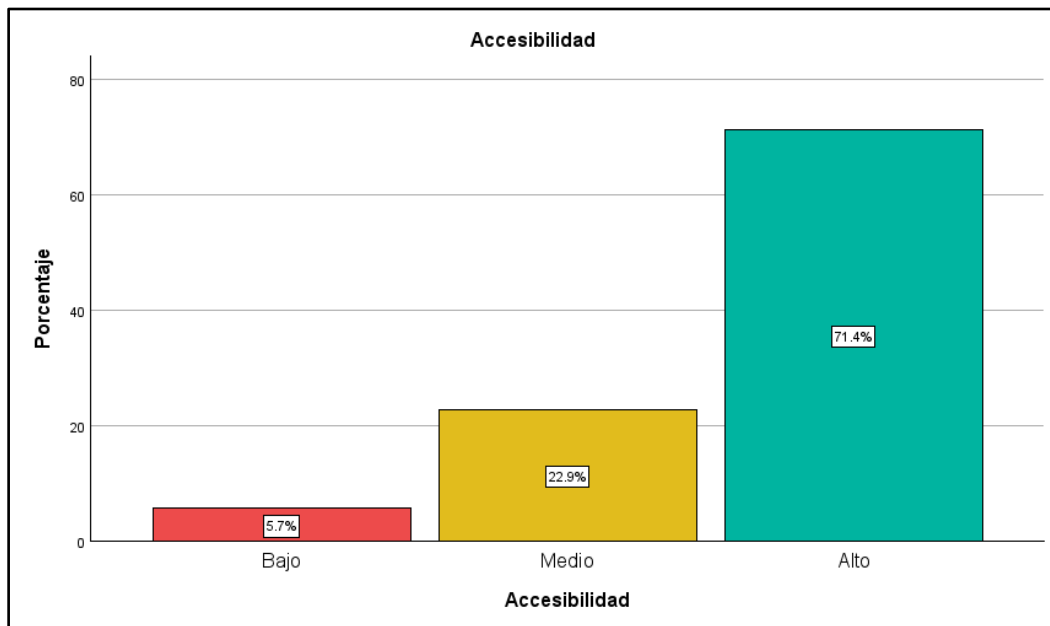
Distribución de Frecuencias de la Dimensión Accesibilidad

Accesibilidad			
Nivel	Rango de Calificación	N°	%
Bajo	4 - 9	2	5,7%
Medio	10 - 15	8	22,9%
Alto	16 - 20	25	71,4%
Total		35	100,0%

Nota. Información obtenida por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Figura 4.

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Accesibilidad



Nota. Elaboración propia por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Los resultados obtenidos evidencian que los nuevos socios perciben los canales de comunicación interna de forma mayoritariamente positiva. Las tres dimensiones evaluadas, canales formales, comunicación efectiva y accesibilidad, alcanzaron niveles

altos, destacando especialmente la claridad y formalidad en los mensajes institucionales. Sin embargo, la dimensión de accesibilidad presentó una leve dispersión, indicando oportunidades de mejora en la frecuencia y sencillez de acceso a la información.

Por otro lado, la evaluación general de la variable “Productividad Laboral” muestra que 31 encuestados se ubicó en el nivel alto, lo que indica una percepción favorable respecto a su desempeño, cumplimiento de tareas y gestión del tiempo. Solo un 11.4 % alcanzó el nivel medio, sin presencia de casos en el nivel bajo.

Tabla 8.

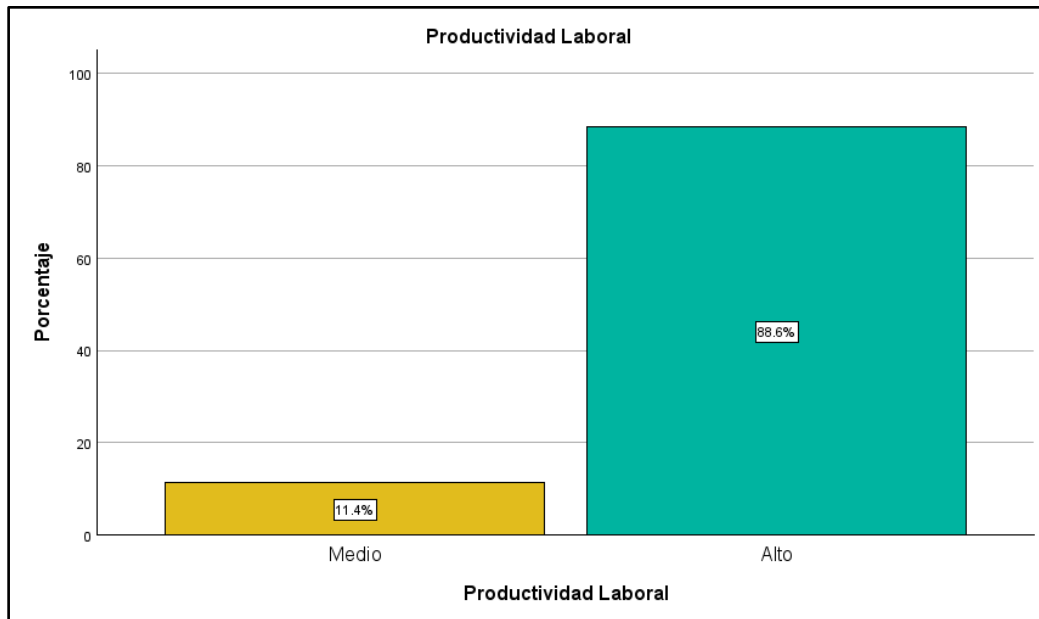
Distribución de Frecuencias de la Variable Productividad Laboral

Productividad Laboral				
Nivel	Rango de Calificación	Nº	%	
Bajo	8 - 18	0	0,0%	
Medio	19 - 29	4	11,4%	
Alto	30 - 40	31	88,6%	
Total		35	100,0%	

Nota. Información obtenida por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Figura 5.

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Variable Productividad Laboral



Nota. Elaboración individual por medio de IBM SPSS Statistics.

En la primera dimensión “Cumplimiento de tareas”, el 85.7 % de los encuestados se colocó en el nivel alto, evidenciando una percepción positiva sobre el logro de objetivos asignados. Un 14.3 % se posicionó en el nivel medio y 0% en el nivel bajo.

Tabla 9.

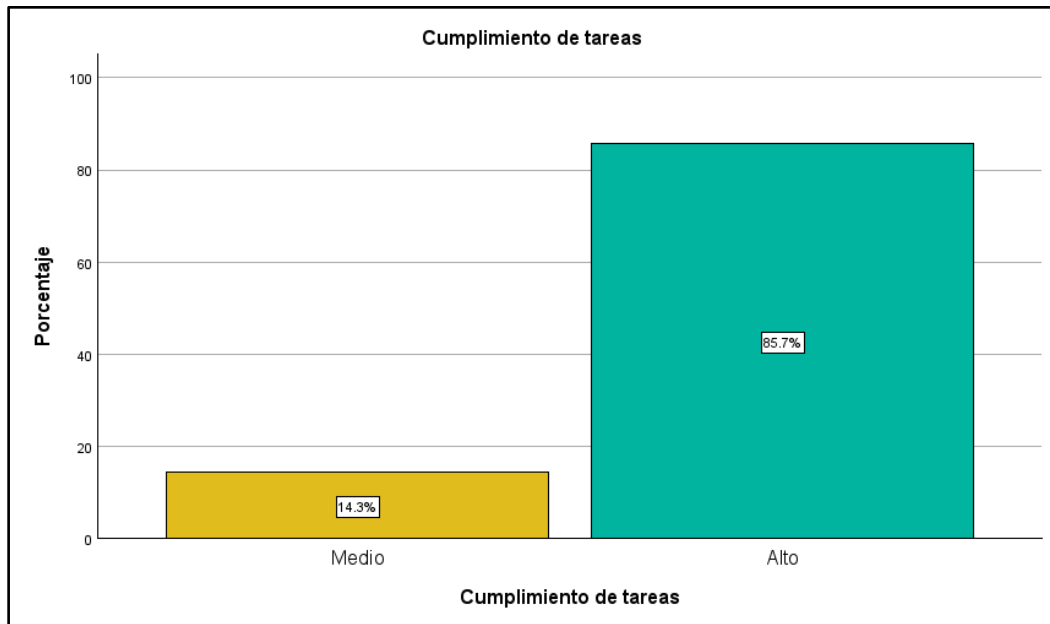
Distribución de Frecuencias de la Dimensión Cumplimiento de tareas

Cumplimiento de tareas			
Nivel	Rango de Calificación	Nº	%
Bajo	2 - 4	0	0,0%
Medio	5 - 7	5	14,3%
Alto	8 - 10	30	85,7%
Total		35	100,0%

Nota. Información obtenida por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Figura 6.

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Cumplimiento de tareas



Nota. Elaboración personal por medio de IBM SPSS Statistics.

En relación con la segunda dimensión “Desempeño Laboral”, el 60.0 % de los encuestados se ubicó en el alto nivel, mientras un 40.0 % se posicionó en el nivel medio. No se registraron casos en el nivel bajo, lo que demuestra una impresión mayoritariamente afirmativa, aunque con margen de mejora en la calidad del trabajo realizado.

Tabla 10.

Distribución de Frecuencias de la Dimensión Desempeño Laboral

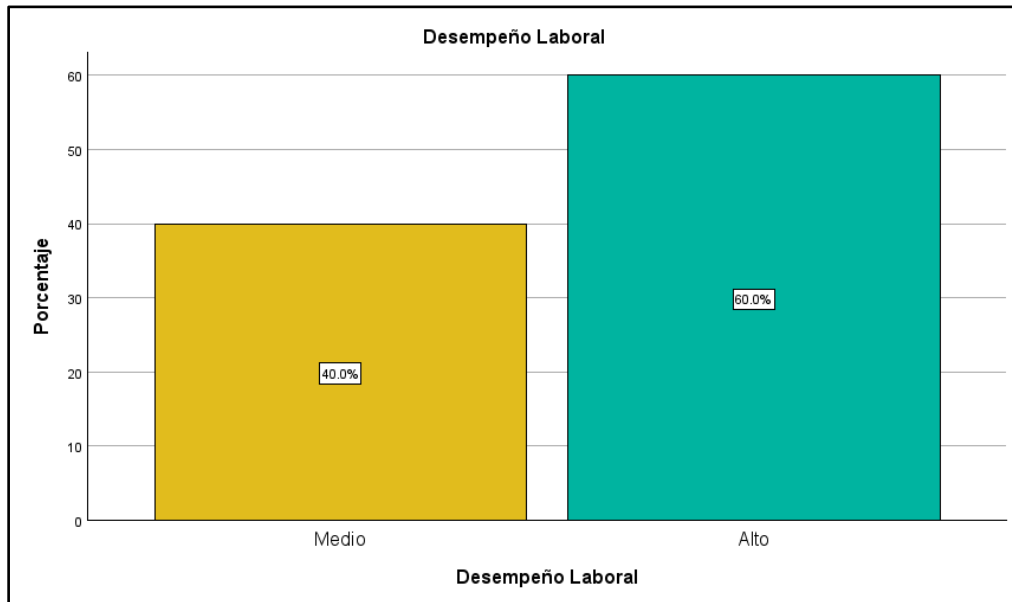
Desempeño Laboral			
Nivel	Rango de Calificación	Nº	%
Bajo	3 - 7	0	0,0%
Medio	8 - 12	14	40,0%
Alto	13 - 15	21	60,0%
Total		35	100,0%

Nota. Información obtenida por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Figura 7.

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión

Desempeño Laboral



Nota. Elaboración propia por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Finalmente, en la tercera dimensión “Gestión del Tiempo”, el 60.0 % de los encuestados se ubicó en el nivel alto, continuado del 37.1 % del nivel medio y un 2.9 % del nivel bajo. Esto refleja una percepción predominantemente favorable, aunque con ciertos casos que evidencian inconvenientes en la organización o cumplimiento oportuno de tareas.

Tabla 11.

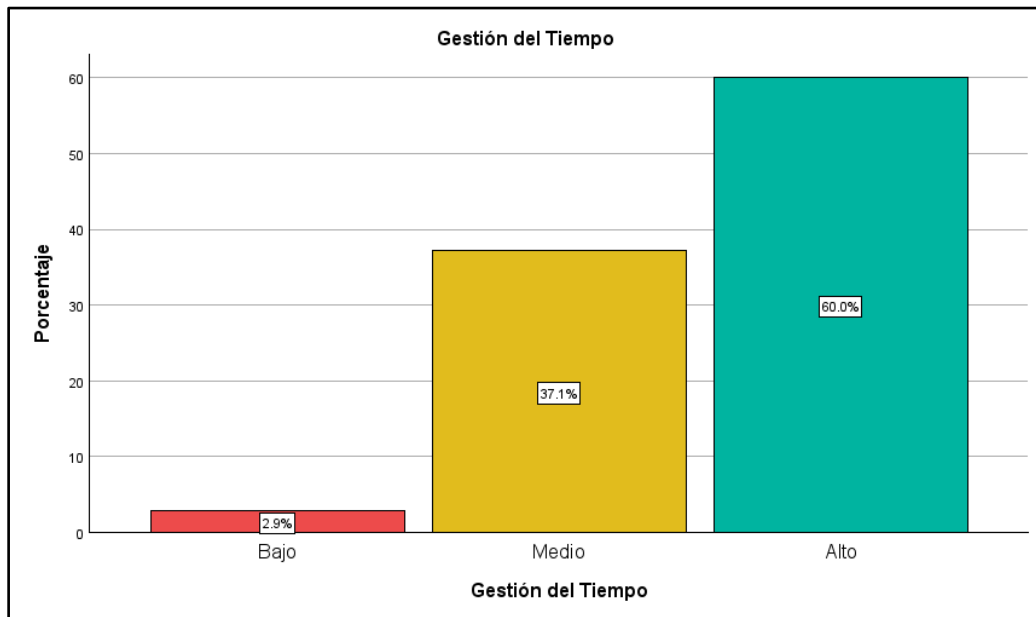
Distribución de Frecuencias de la Dimensión Gestión del Tiempo

Gestión del Tiempo			
Nivel	Rango de Calificación	Nº	%
Bajo	3 - 7	1	2,9%
Medio	8 - 12	13	37,1%
Alto	13 - 15	21	60,0%
Total		35	100,0%

Nota. Información obtenida por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Figura 8.

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Gestión del Tiempo



Nota. Elaboración propia por medio del programa IBM SPSS Statistics.

En cuanto a la productividad laboral, los hallazgos revelan una percepción alta en el cumplimiento de tareas y en el manejo del tiempo por parte de los nuevos socios. No obstante, la dimensión de desempeño laboral mostró una proporción significativa en el nivel medio, lo cual sugiere que, si bien los colaboradores logran cumplir con sus responsabilidades, aún podrían optimizar la calidad y precisión de su trabajo mediante una mejor retroalimentación y acompañamiento.

Los resultados muestran que la productividad laboral de los nuevos socios se ve condicionada por la calidad de los canales de comunicación interna, es decir, a mayor claridad, accesibilidad y efectividad en los mensajes, los colaboradores tienden a cumplir mejor sus tareas, gestionar adecuadamente su tiempo y mostrar un mejor desempeño.

Tabla 12.

Nivel de la Variable Canales de Comunicación Interna y sus Dimensiones

Nivel	V1		Dimensión 1		Dimensión 2		Dimensión 3	
	Canales de Comunicación Interna		Canales Formales		Comunicación Efectiva		Accesibilidad	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Bajo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	5,7%
Medio	4	11,4%	4	11,4%	3	8,6%	8	22,9%
Alto	31	88,6%	31	88,6%	32	91,4%	25	71,4%
Total	35	100,0%	35	100,0%	35	100,0%	35	100,0%

Nota. Información obtenida por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Tabla 13.

Nivel de la Variable Productividad Laboral y sus Dimensiones

Nivel	V1		Dimensión 1		Dimensión 2		Dimensión 3	
	Productividad Laboral		Cumplimiento de tareas		Desempeño Laboral		Gestión del Tiempo	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Bajo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	2,9%
Medio	4	11,4%	5	14,3%	14	40,0%	13	37,1%
Alto	31	88,6%	30	85,7%	21	60,0%	21	60,0%
Total	35	100,0%	35	100,0%	35	100,0%	35	100,0%

Nota. Información obtenida por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Análisis Inferencial

Prueba de normalidad

La prueba Shapiro-Wilk es ampliamente reconocida por su fiabilidad para comprobar la distribución normal de los datos, siendo particularmente recomendada cuando en estudios con muestras pequeñas de hasta 50 casos ($n \leq 50$). Esto es esencial para decidir si se requieren cambios previos de aplicar otras pruebas estadísticas (Sánchez, 2024).

Se realizó la prueba de normalidad sobre una muestra conformada por 35 nuevos socios, con el propósito de analizar la repartición de los datos correspondientes a las variables evaluadas. Los resultados obtenidos indicaron valores de significancia de $p < .001$ para la primera variable y $p = .032$ para la segunda, ambos inferiores al nivel crítico de 0.05. Por lo tanto, se niega la hipótesis y se demuestra que los datos no presentan una distribución normal.

Tabla 14.

Prueba de Normalidad mediante Shapiro-Wilk

	Shapiro - Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Canales de Comunicación Interna	0,877	35	<,001
Productividad Laboral	0,932	35	0,032

Nota. Información obtenida por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Prueba de Correlación de Hipótesis

De acuerdo con lo expuesto por Mendivelso (2021), el coeficiente de correlación de Spearman se explica herramienta estadística utilizada para medir la intensidad y dirección del vínculo entre dos variables de tipo ordinal, cuyos valores son ordenados en

forma de rangos. Esta prueba es especialmente apropiada cuando los datos no cuentan con una distribución normal, ya que permite identificar asociaciones monótonas entre variables. Su valor oscila entre -1 y +1, donde una cifra cercana a 1 refleja una fuerte relación positiva, mientras que valoraciones próximas a 0 indican una asociación débil o inexistente.

Prueba de Hipótesis

Tabla 15.

Prueba de Hipótesis General

		Canales de Comunicación Interna	Productividad Laboral
Rho de Spearman	Canales de Comunicación Interna	Coefficiente de Correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	. <,001
		N°	35
	Productividad Laboral	Coefficiente de Correlación	0,714**
		Sig. (bilateral)	<,001
		N°	35

Nota. La correlación de significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Información obtenida por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Se utilizó la prueba Spearman para analizar la relación entre las variables. El análisis arrojó un coeficiente rho de 0.714 y valor de significancia ($p < 0.001$), lo que evidencia una correlación positiva fuerte y estadísticamente importante. A partir de estos resultados, se descarta la hipótesis nula y se entiende que existe una relación directa entre ambas variables, en la que una mejor percepción sobre los canales de comunicación se asocia con mayores niveles de productividad laboral reportados por los participantes.

Tabla 16.

Prueba de Hipótesis Específica 1

		Canales de Comunicación Interna	Cumplimiento de tareas
Rho de Spearman	Canales de Comunicación Interna	Coefficiente de Correlación	0,794**
		Sig. (bilateral)	<,001
		N°	35
	Cumplimiento de tareas	Coefficiente de Correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001
		N°	35

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Información obtenida por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Los números demuestran una correlación positiva fuerte entre los medios internos y el cumplimiento de tareas, con un coeficiente ($\rho = 0.794$) y un valor de significancia ($p < 0.001$). Esto evidencia que, a medida que los canales de comunicación son percibidos como más claros, accesibles y efectivos, los nuevos socios tienden a cumplir de forma más adecuada con las tareas asignadas, confirmando así la presencia de una correspondencia significativa entre las variables.

Tabla 17.

Prueba de Hipótesis Específica 2

		Canales de Comunicación Interna	Desempeño Laboral	
Rho de Spearman	Canales de Comunicación Interna	Coefficiente de Correlación	1,000	0,576**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
	Desempeño Laboral	N°	35	35
		Coefficiente de Correlación	0,576**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N°	35	35

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Información obtenida por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Los resultados evidencian una correlación positiva moderada entre la variable 1 y el desempeño en el trabajo, con un rho = 0.576 y un valor de $p < 0.001$, explicando que la relación es estadísticamente verdadera. Esto sugiere que cuanto más eficientes, claros y accesibles son los canales utilizados por la organización, mejor es la calidad del trabajo realizado por los nuevos socios.

Tabla 18.

Prueba de Hipótesis Específica 3

		Canales de Comunicación Interna	Gestión del Tiempo	
Rho de Spearman	Canales de Comunicación Interna	Coefficiente de Correlación	1,000	0,553**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
	Gestión del Tiempo	Nº	35	35
		Coefficiente de Correlación	0,553**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		Nº	35	35

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Información obtenida por medio del programa IBM SPSS Statistics.

Los resultados muestran una correlación positiva moderada entre la variable principal y la gestión del tiempo, con un coeficiente de rho = 0.553 y un valor de $p < 0.001$. Esto sugiere una relación muy relevante. Esto implica que una comunicación interna efectiva y accesible contribuye a que los nuevos socios organicen y administren mejor su tiempo en la ejecución de las funciones laborales.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Se demostró una correlación afirmativa fuerte y potente entre los canales de comunicación interna y la productividad laboral de los nuevos socios ($\rho = 0.714$; $p < 0.001$), lo cual sugiere que una gestión adecuada de los canales formales y digitales, así como la claridad y accesibilidad de los mensajes, influye directamente en su rendimiento. En relación con la hipótesis general, este hallazgo se alinea con lo reportado por Acosta (2020), quien obtuvo un coeficiente de $r = 0.868$ en un contexto universitario, demostrando que una comunicación interna bien estructurada se relaciona estrechamente con un alto nivel de productividad. Asimismo, Siyan (2024) encontró resultados similares en el sector público de Sri Lanka, donde tanto la comunicación formal ($r = 0.605$) como la informal ($r = 0.563$) mostraron relaciones significativas con el desempeño laboral. Por otro lado, el estudio cualitativo de Pasos (2022) en una empresa peruana reveló que una gestión deficiente de los canales generó impactos negativos en la productividad y en el clima del equipo, reforzando así la importancia de este factor en distintos entornos. En conjunto, estos antecedentes respaldan la conclusión de que una buena comunicación interna, no solo hace prosperar el flujo informativo, sino que fortalece el desempeño general del colaborador en sus primeros meses de integración.

En relación con la hipótesis 1, la información muestra una correlación positiva fuerte y estadísticamente significativa entre la variable 1 y el cumplimiento de tareas por parte de los nuevos socios ($\rho = 0.794$; $p < 0.001$), lo que indica que una comunicación clara, oportuna y estructurada facilita la ejecución adecuada de las responsabilidades asignadas. Esta asociación coincide con los descubrimientos de Angelats et al. (2023), quienes, en un estudio realizado con 25 colaboradores de una empresa privada peruana, reportaron una vinculación positiva fuerte entre comunicación interna y productividad ($r = 0.755$; $p = 0.001$), concluyendo que una mejora en los canales comunicativos impacta

directamente en el cumplimiento de funciones y en el sentido de pertenencia de los trabajadores. De manera similar, Chinelo (2020) evidenció en empresas manufactureras de Nigeria que el robustecimiento de la comunicación interna se vincula positivamente con el rendimiento y la eficiencia operativa del personal ($r = 0.488$; $p = 0.001$). Estos resultados sugieren que el cumplimiento de tareas, especialmente en modelos de negocio como el de venta directa, depende de la calidad de los canales de comunicación utilizados, siendo estos claves para garantizar que los nuevos colaboradores comprendan, asuman y ejecuten sus labores de forma eficaz.

Referente a la hipótesis 2, los resultados revelaron una correlación positiva moderada y estadísticamente significativa entre la primera variable y el desempeño laboral de los nuevos socios ($\rho = 0.576$; $p < 0.001$), lo cual indica que una comunicación clara, estructurada y accesible influye en la calidad con la que los colaboradores ejecutan sus funciones. Este resultado se encuentra alineado con los hallazgos de Siyan (2024), quien reportó una correlación significativa entre los canales formales ($r = 0.605$) e informales ($r = 0.563$) con la productividad laboral en el sección pública de Sri Lanka, destacando que el uso adecuado de los medios comunicacionales tiene una repercusión directa en el desempeño personal. A nivel nacional, Ruiz y Velezmoro (2021) evidenciaron en el ámbito administrativo de una entidad pública peruana una relación positiva, aunque débil ($r = 0.33$; $p = 0.019$), entre comunicación interna y productividad laboral, lo cual señala que incluso en contextos con limitaciones estructurales, una mejora en la gestión de los mensajes puede traducirse en un mejor desempeño de los trabajadores. En conjunto, estos resultados permiten afirmar que el desempeño en los trabajadores, entendido como la calidad y efectividad en el cumplimiento de tareas, se ve fortalecido cuando existen canales internos que facilitan la comprensión de las funciones, el alineamiento con los objetivos y una retroalimentación constante.

Sobre la hipótesis 3, halló una correlación positiva moderada y significativa entre los canales de comunicación interna y la gestión del tiempo de los nuevos socios ($\rho = 0.553$; $p < 0.001$), lo que sugiere que el acceso fluido a la información, la claridad de los mensajes y la posibilidad de retroalimentación impactan directamente en la capacidad de los colaboradores para organizar y ejecutar sus tareas dentro de los plazos establecidos. Este resultado se refuerza con lo encontrado por Olugbenga y Amarachi (2023), quienes demostraron mediante una prueba de Chi-cuadrado ($\chi^2 = 24.96$; $p = 0.000$) que una dirección adecuada de la comunicación organizacional tiene efectos significativos en la productividad y desempeño de los empleados, especialmente en términos de cumplimiento y planificación. Asimismo, el estudio cualitativo de Pasos (2022) reveló que una deficiente administración de los conductos de comunicación generó desorganización interna, afectando no solo el clima laboral, sino también el ritmo de ejecución de las actividades. Sin embargo, Ruiz y Velezmoro (2021) reportaron una relación débil ($r = 0.33$; $p = 0.019$) entre comunicación interna y productividad, lo que sugiere que, en entornos donde la percepción de los flujos comunicativos es baja, sus efectos sobre la gestión del tiempo pueden verse atenuados por otros factores estructurales o administrativos. En consecuencia, aunque se comprueba una relación clara entre ambos factores en este estudio, es necesario contemplar que la eficacia de la comunicación interna sobre la organización del tiempo dependerá también del entorno institucional y del perfil del colaborador.

Limitaciones

Según Fernández et al. (2022), las limitaciones en una investigación pueden comprender diversos obstáculos que dificultan su desarrollo y finalización, relacionados tanto con factores institucionales como con aspectos personales o académicos del investigador, lo cual puede influir en la calidad o alcance del estudio. En el caso de esta

tesis, se expusieron determinadas dificultades durante la recolección de datos, ya que varios participantes tardaron en responder o no completaron el cuestionario en el tiempo previsto. Asimismo, fue un reto identificar fuentes actualizadas y relevantes, especialmente publicaciones académicas y autores dentro del rango de los últimos cinco años, lo cual limitó el acceso a ciertos aportes teóricos.

Implicancias

En primer lugar, en cuanto a lo práctico, los resultados de este estudio tienen un valor significativo en el ámbito organizacional, especialmente para empresas que operan bajo el modelo de venta directa, un sector que no ha sido ampliamente explorado desde el enfoque de la comunicación interna. La evidencia encontrada puede ser utilizada por líderes y responsables de gestión para fortalecer los canales comunicacionales que se utilizan con los nuevos socios, con el fin de mejorar su integración, desempeño y productividad desde las primeras etapas de su incorporación.

Desde una perspectiva académica, esta investigación aporta al cuerpo de conocimientos existente al vincular empíricamente dos variables clave. Al analizar dimensiones específicas, se refuerza la comprensión teórica sobre cómo la comunicación incurre en el rendimiento laboral, especialmente en contextos con alta rotación y constante incorporación de personal, como el de la venta directa de cosméticos.

Por último, en el plano metodológico, el estudio demuestra la aplicabilidad del enfoque cuantitativo y del diseño correlacional para explorar relaciones entre variables organizacionales en entornos no tradicionales. El cuestionario validado y aplicado en este trabajo puede ser buena opción como referencia para futuros estudios que busquen evaluar fenómenos parecidos en otros sectores comerciales o poblaciones con características equivalentes.

Conclusiones

Con respecto al objetivo general y en función de los resultados recopilados, se concluye que existe una relación positiva fuerte y estadísticamente significativa entre los canales de comunicación interna y la productividad laboral de los nuevos socios en la empresa de venta directa de cosméticos evaluada ($\rho = 0.714$; $p < 0.001$). Esto evidencia que una comunicación organizacional clara, accesible, bidireccional y oportuna influye directamente en el desempeño general del personal recientemente incorporado, ya que les permite comprender con mayor facilidad los mensajes clave, alinearse con los objetivos de la empresa y desarrollar sus funciones con mayor autonomía. Estos hallazgos coinciden con investigaciones nacionales e internacionales que demuestran que una gestión adecuada de los canales de comunicación interna favorece entornos laborales más productivos desde el primer contacto con la organización.

En relación con el objetivo 1, los datos mostraron una correlación fuerte entre los canales de comunicación interna y el cumplimiento de tareas ($\rho = 0.794$; $p < 0.001$). Esto demuestra que, cuando la información es transmitida de manera clara y oportuna, los nuevos socios logran entender mejor sus responsabilidades, lo que se traduce en una ejecución más eficiente de sus funciones. Así, los canales formales y los mensajes bien estructurados facilitan la comprensión de las directrices organizacionales y permiten alcanzar los objetivos asignados con mayor eficacia.

Por otro lado, en el objetivo 2, se evidenció una correlación moderada entre los canales de comunicación interna y el desempeño laboral ($\rho = 0.576$; $p < 0.001$). Aunque la relación es significativa, el nivel de asociación sugiere que la comunicación no es el único determinante que afecta en la calidad del trabajo realizado. Elementos como la experiencia previa, la supervisión directa o la motivación personal podrían complementar

este efecto. No obstante, el uso adecuado de los canales y la retroalimentación constante permiten reforzar el compromiso y la precisión en las tareas realizadas por los socios.

Finalmente, sobre el objetivo 3, se identificó también una correlación moderada entre los canales de comunicación interna y la gestión del tiempo ($\rho = 0.553$; $p < 0.001$). Este resultado indica que, si bien la comunicación facilita la planificación y distribución de actividades, no necesariamente garantiza una administración óptima del tiempo, ya que este aspecto puede verse influenciado por variables personales o del entorno. Sin embargo, la entrega puntual de mensajes y la accesibilidad de los canales contribuyen a mejorar la organización diaria de los nuevos socios dentro de sus funciones.

REFERENCIAS

Acosta J. (2022). La Comunicación Interna y la Productividad Laboral del personal administrativo de la Escuela de Posgrado Walter Peñaloza Ramella de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. 2020. *[Tesis para optar el título profesional de Magíster en Administración con mención en Gestión Pública.]*. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.

<https://repositorio.une.edu.pe/entities/publication/32ce3e69-6879-4de7-ab42-55856117267b>

Agudelo B. y Escobar M. (2022). Análisis de la productividad laboral en el sector panificador del Valle del Cauca, Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*.

<https://www.redalyc.org/journal/280/28070565009/html/>

Angelats et al. (2023). Técnicas de comunicación interna para mejorar la productividad en Montalvo Spa La Molina 2023. *[Tesis para optar el título profesional de Bachiller en Comunicación Estratégica]*. ISIL.

<https://repositorio.isil.pe/handle/123456789/1222>

Apoyo C. (2020). Diagnóstico de la comunicación interna en el Perú y los retos frente al Covid-19. <https://www.apoyocomunicacion.com/repositorio/2020/Diagnostico-de-la-comunicacion-interna-en-el-Peru-y-los-retos-frente-al-COVID-19.pdf>

Australian Human Rights Commissions. (2019) Creating accessible and inclusive communications. <https://humanrights.gov.au/our-work/disability-rights/creating-accessible-inclusive-communications#:~:text=Accessible%20and%20inclusive%20communication%20means,the%20information%20you%20are%20sharing>.

Benítez C. (2025). Comunicación interna y su relación con la satisfacción laboral. *Revista de Investigación de Ciencias Sociales y Humanidades*.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9955472>

Castillo E. (2008). Estudio sobre el uso de las tecnologías de la comunicación en la comunicación interna. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*. 6, 93 - 106. <https://www.redalyc.org/pdf/4915/491549027006.pdf>

Castro et al. (2022). El papel de la comunicación interna en la gestión del teletrabajo durante la crisis de la Covid-19. *Revista de Comunicación de la SEECI*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8527402>

Claro C. et al. (2022). Comunicación Interna: Caracterización y Análisis de Trabajo Realizado por Empresas que Pertenecen a Ranking Great Place to Work Chile. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 21, 1 - 27.
<https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/3998>

Chinelo N. (2020). The role of internal communication in achieving organizational goals. *Sub-Sahara African Academic Research Publications*.
https://www.cambridgenigeriapub.com/wp-content/uploads/2021/04/SJHSS_VOL17_NO6_DEC2020-11.pdf

Correa A. y Gutierrez D. (2018). Medición de la Productividad en Empresas de Servicios y su Impacto en la Salud Mental de los Trabajadores. *Sistemas, Cibernética e Informática*. <https://www.iiisci.org/journal/pdv/risci/pdfs/ca126di17.pdf>

Cuenca J. y Verazzi L. (2020). Comunicación Interna Total. Estrategia, práctica y casos. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7632095>

Enrique, A. (2008). La planificación de la comunicación empresarial. *Universidad de València Servicio de Publicaciones*.
https://www.google.com.pe/books/edition/La_planificaci%C3%B3n_de_la_comunicaci%C3%B3n_em/i-dn81dxK0sC?hl=es-419&gbpv=0

Farinango L. (2024). Comunicación interna: de las dimensiones a los canales. *Punto Cero*. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762024000200089

Fernández et al. (2022). Barriers and limitations to publishing undergraduate theses and factors influencing the intention to publish among new medical graduates from Peruvian universities. *Revista de la Facultad de Medicina*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9499147>

Fontalvo T. (2017) La productividad y sus factores: Incidencia en el

mejoramiento organizacional. *Dimensión Empresarial*, 15, 47 - 60.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6233008>

Heydari et al. (2021). Evaluation of Organizational Performance Strategies. *Review of Public Administration and Management*.

<https://www.walshmedicalmedia.com/open-access/evaluation-of-organizational-performance-strategies.pdf>

Idovro V. (2013). Canales de comunicación interna en Electro Instalaciones para optimizar la prestación de servicios. [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación]. Universidad de Cuenca.

<https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/3b86f83b-b0f0-4442-829b-1d9518d12f7b>

Loachamin et al. (2025). Plataformas digitales en la gestión de la comunicación interna para las Pymes de los cantones Latacunga y Salcedo de la provincia de Cotopaxi. *South American Research Journal*.

<https://sarj.net/index.php/sarj/article/view/59>

Macetas M. y Carhuancho I. (2024). Estrategias de comunicación y compromiso organizacional: Impulsores del desempeño laboral. *Revista Espacios*.

<https://ve.scielo.org/pdf/espacios/v45n5/0798-1015-espacios-45-05-106.pdf>

Medina et al. (2023). Metodología de la Investigación. *Editorial INUDI*.

<https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/book/90>

Mendivelso , F. (2021). Prueba no paramétrica de correlación de Spearman. *Revista Médica Sanitas*, 24(1).

<https://revistas.unisanitas.edu.co/index.php/rms/article/view/578>

Montoya C. (2009). Evaluación del desempeño como herramienta para el análisis del Capital Humano. *Revista Científica "Visión de Futuro"*.

<https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935472005.pdf>

Nina et al. (2024). Digital and Traditional Channels in the Internal Communication of a University in Peru. https://www.researchgate.net/profile/Hernan-Nina/publication/379562630_Digital_and_Traditional_Channels_in_the_Internal_Communication_of_a_University_in_Peru/links/66bfab742ff54d6c9ed760a0/Digital-and-

[Traditional-Channels-in-the-Internal-Communication-of-a-University-in-Peru.pdf](#)

Nosnik A. (2012). Teoría de la Comunicación Productiva. *Homosapiens Ediciones*. <https://content.e-bookshelf.de/media/reading/L-18555951-5e590bc11f.pdf>

Olugbenga E. y Amarachi S. (2023). Influence of Internal Corporate Communication on Employee's Job Performance Improvement. *Journal of Management and Social Sciences*.
<https://fountainjournals.com/index.php/JMSS/article/download/382/217/1239>

Palma et al. (2013). Competencias y desempeño laboral de los gerentes en los institutos autónomos dependientes de la Alcaldía del municipio Mara del estado Zulia. *Espacios Públicos*. <https://www.redalyc.org/pdf/676/67630574009.pdf>

Papic K. (2020). Medios de comunicación organizacional interna en colegios públicos, Chile. *Alteridad*. 15, pp. 241 - 255.
<https://alteridad.ups.edu.ec/index.php/alteridad/article/view/2.2020.08>

Pasos W. (2022). El tratamiento de los canales de comunicación en el clima organizacional del grupo empresarial Fausto Piaggio Lima, 2021 [*Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación*]. Universidad de San Martín de Porres. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/1039>

Perez, L. et al. (2020). Metodología de la investigación científica. *Editorial Maipue*. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/lc/upnorte/titulos/138497>

Petrone P. (2021). Principios de la comunicación efectiva en una organización de salud. *Revista Colombiana de Cirugía*.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2011-75822021000200188

Pinzón Y. y Reyes L. (2025). Comunicación interna y compromiso organizacional de los colaboradores en las Instituciones Educativas Adventistas de la Metrópolis de Panamá, 2024. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*. <https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/3480>

Queiruga et al. (2023). Los canales de comunicación interna en una universidad privada, Género y Educación ante la manipulación de la comunicación. (pp. 650-651). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9164800>

Raju K. y Jagannatha T. (2022). Time Management. *Griet Skill Series*. [https://www.griet.ac.in/cls/Time%20management-4%20\(1\).pdf](https://www.griet.ac.in/cls/Time%20management-4%20(1).pdf)

Roco et al. (2024). Alpha de cronbach y su intervalo de confianza. *Nutrición Hospitalaria*. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112024000100033

Ruiz D. y Velezmoro R. (2021). Relación entre la comunicación interna y la productividad laboral del personal administrativo del Servicio de Administración de Inmuebles Municipales de Trujillo - SAIMT, 2021. [Tesis para optar el título profesional de licenciada de Ciencias de la Comunicación]. Universidad Nacional de Trujillo. <https://dspace.unitru.edu.pe/items/19c470b5-08a3-49a7-a74c-ab138f07e44f>

Salinas F. (2020). Efectividad de los canales de comunicación interna en empresas privadas, diciembre 2020. [Tesis para optar el grado profesional de bachiller en Ciencias de la Comunicación]. Universidad de San Martín de Porres. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7611/SALINAS_LF.pdf

Sánchez et al. (2024). Importancia de Conocer la Normalidad de los Datos Utilizados en los Trabajos de Investigación por Tesis. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes*. 2.0, 17(2). <https://ojs.docentes20.com/index.php/revista-docentes20/article/download/554/1420/7496>

Siyan, M. (2024). The Impact of Communication Practices on Employee Productivity: A Study in selected public sector in Srilanka. https://www.researchgate.net/publication/379048552_The_Impact_of_Communication_Practices_on_Employee_Productivity_A_Study_in_selected_public_sector_in_Srilanka

Slack (2024). Comunicación efectiva: qué es, características, tipos y ejemplos. <https://slack.com/intl/es-es/blog/collaboration/comunicacion-efectiva-que-es-caracteristicas-tipos-y-ejemplos>

Verazzi et al. (2021). Comunicación interna de pandemia: Casos y aprendizajes

de una crisis sin precedentes.

<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/ereader/upnorte/214559>

Verazzi L. y Cuenca J. (2019). Guía fundamental de la comunicación interna.

Editorial UOC.

https://www.google.com.pe/books/edition/Gu%C3%ADa_fundamental_de_la_comunicaci%C3%B3n_in/mxSzDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES		DISEÑO METODOLÓGICO												
				Variable 1	Variable 2													
<p>CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS NUEVOS SOCIOS EN UNA EMPRESA DE COSMÉTICOS, DISTRITO DE SAN ISIDRO, LIMA 2025</p>	Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable 1	Variable 2	<p>Tipo: Básico. Enfoque: Cuantitativo. Método: Inductivo Diseño de investigación: No experimental. Técnicas de recolección de datos: Encuesta. Instrumentos de recolección de datos: Cuestionario. Población: Muestreo aleatorio simple de 35 nuevos socios de una empresa de cosméticos en San Isidro, Lima, 2025 Muestra: 35 empleados.</p>												
	¿Cuál es la relación entre los canales de comunicación interna y la productividad de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025?	Determinar la relación entre los canales de comunicación interna y la productividad de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025.	Existe una relación significativa entre los canales de comunicación interna y la productividad de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025.	Canales de comunicación interna	Productividad laboral													
	Problema Específico 1	Objetivo Específico 1	Hipótesis Específica 1	<p>Operacionalización</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Variable 1</th> <th>Variable 2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>D1</td> <td>Canales formales</td> <td>Cumplimiento de Tareas</td> </tr> <tr> <td>D2</td> <td>Comunicación efectiva</td> <td>Desempeño Laboral</td> </tr> <tr> <td>D3</td> <td>Accesibilidad</td> <td>Accesibilidad</td> </tr> </tbody> </table>				Variable 1	Variable 2	D1	Canales formales	Cumplimiento de Tareas	D2	Comunicación efectiva	Desempeño Laboral	D3	Accesibilidad	Accesibilidad
		Variable 1	Variable 2															
	D1	Canales formales	Cumplimiento de Tareas															
D2	Comunicación efectiva	Desempeño Laboral																
D3	Accesibilidad	Accesibilidad																
¿Cuál es la relación entre los canales de comunicación interna y el cumplimiento de tareas de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025?	Determinar la relación de los canales de comunicación interna y el cumplimiento de tareas de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025.	Existe una relación significativa entre los canales de comunicación interna y el cumplimiento de tareas de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025.																
Problema Específico 2	Objetivo Específico 2	Hipótesis Específica 2																
¿Cuál es la relación de los canales de comunicación interna y el desempeño laboral de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025?	Determinar la relación de los canales de comunicación interna y el desempeño laboral de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025.	Existe una relación significativa entre los canales de comunicación interna y el desempeño laboral de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025.																
Problema Específico 3	Objetivo Específico 3	Hipótesis Específica 3																
¿Cuál es la relación de los canales de comunicación interna y la gestión del tiempo de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025?	Determinar la relación de los canales de comunicación interna y la gestión del tiempo de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025.	Existe una relación significativa entre los canales de comunicación interna y la gestión del tiempo de los nuevos socios en una empresa de venta directa de cosméticos en el distrito de San Isidro, Lima, 2025.																

Anexo 2. Matriz de Operacionalización

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ALTERNATIVAS DE RESPUESTAS
<p>Canales de Comunicación Interna</p> <p>Los canales de comunicación interna son los medios, ya sean físicos o digitales, que se utilizan de forma habitual para difundir mensajes dentro de una organización, ya sea entre individuos o hacia grupos (Queiruga, 2023). En la misma línea, Idovro (2013) señala que estos canales pueden ser tangibles o intangibles y que su capacidad comunicativa varía: algunos permiten gestionar múltiples señales simultáneamente, facilitan una retroalimentación ágil y presentan un carácter altamente personal, lo cual influye directamente en su efectividad.</p>	<p>Canales formales</p> <p>Los canales de comunicación formales, conocidos también como canales oficiales, son aquellos a través de los cuales se transmiten mensajes reconocidos y explícitamente establecidos como oficiales por la organización, por lo que es fundamental que estos canales transmitan la máxima cantidad de información relevante para los diferentes grupos que conforman el personal de la empresa, contribuyendo así a la productividad y activo humano de la compañía. (Enrique, 2008)</p>	Bidireccionalidad	Siento que puedo expresar mis dudas o comentarios a través de los canales formales establecidos.	<p>Ordinal Escala de Likert</p> <p>Total acuerdo (5) De acuerdo (4) Indiferente (3) Desacuerdo (2) Total desacuerdo (1)</p>
			Los líderes o encargados de comunicación responden oportunamente mis consultas.	
		<p>Comunicación efectiva</p> <p>La comunicación efectiva es un proceso humano complejo que permite transmitir ideas, emociones, instrucciones y conocimientos de forma clara y comprensible. Este intercambio, facilitado a través de diversos canales de comunicación, requiere habilidades tanto verbales como no verbales para lograr entendimiento mutuo y acuerdos entre las partes involucradas. (Slack, 2024)</p>	Acceso a la información	
	Los medios formales que usamos permiten acceder a la información en cualquier momento.			
	La empresa cuenta con canales formales bien definidos para comunicar temas importantes.			
			Retroalimentación	
Claridad del mensaje			La retroalimentación que recibo contribuye a que haga mejor mi trabajo.	
			La información que recibo por medios oficiales (correo, reuniones, comunicados) es clara y comprensible.	
			La comunicación con mi líder es clara y directa.	

			<p>Recibo la información necesaria para entender cómo funciona el negocio y cómo debo desarrollarlo</p> <p>Los mensajes internos me permiten entender mejor mis funciones.</p>
	<p>Accesibilidad</p> <p>Una comunicación accesible implica garantizar que los mensajes y la información se adapten a las necesidades comunicativas de todas las personas dentro de la organización, de modo que el público objetivo, ya sean empleados o clientes, pueda acceder, comprender y participar activamente con el contenido que se les proporciona. (Australian Human Rights Commissions, 2019)</p>	Frecuencia de uso	<p>Recibo comunicaciones de manera frecuente por parte de la empresa.</p> <p>Los canales utilizados por la empresa se adaptan a mis necesidades como nuevo socio.</p> <p>Los canales de comunicación que usamos son fáciles de usar.</p> <p>Tengo acceso constante a la información que necesito para cumplir con mis funciones.</p>
<p>Productividad Laboral</p> <p>La productividad laboral se refiere a la relación entre los resultados obtenidos y el personal involucrado en el proceso productivo. Para ello, los canales de comunicación interna son clave, ya que facilitan la coordinación y el logro eficiente de los objetivos organizacionales (Agudelo y Escobar, 2022)</p>	<p>Cumplimiento de tareas</p> <p>Este aspecto se refiere a la capacidad del colaborador para ejecutar correctamente las labores que le han sido asignadas, en tiempo oportuno y con un mínimo margen de error. Está relacionado con la eficiencia, en tanto que implica realizar una cantidad adecuada de tareas de forma satisfactoria y dentro de los plazos establecidos. Un buen nivel de cumplimiento de tareas contribuye significativamente a la productividad general del equipo y fortalece la reputación organizacional, al garantizar un desempeño constante y confiable por parte del personal (Montoya, 2009).</p>	Alcance de objetivos	<p>Entiendo claramente cuáles son mis metas y tareas dentro de la empresa.</p>
			<p>La información que recibo facilita el cumplimiento de mis tareas.</p>
	<p>Desempeño Laboral</p> <p>El desempeño laboral hace referencia al desenvolvimiento de cada persona dentro de su jornada de trabajo en una organización, asegurando que sus acciones se alineen con las exigencias y objetivos establecidos. Este desempeño debe ser eficiente, eficaz y efectivo en la ejecución de las funciones asignadas, contribuyendo así al cumplimiento de metas institucionales. En ese sentido, se reconoce que un desempeño laboral sólido es un componente clave dentro de la</p>	Calidad del trabajo	<p>Me esfuerzo por realizar mis actividades con calidad y precisión.</p> <p>Siento que realizo bien mis funciones gracias a la información recibida internamente</p>

	<p>productividad laboral, ya que incide directamente en dimensiones como el cumplimiento de tareas, el manejo adecuado del tiempo y el nivel de rendimiento alcanzado. (Palma et al., 2013)</p>		<p>Mi desempeño mejora cuando tengo buena comunicación con mis líderes.</p>	
	<p style="text-align: center;">Gestión del tiempo</p> <p>Según Raju y Jagannadha (2022), la gestión del tiempo consiste en planificar y ejercer un control consciente sobre el uso del tiempo en tareas específicas, con el propósito de optimizar la eficacia, la eficiencia y, en consecuencia, la productividad. Esta práctica puede ser fortalecida mediante el empleo de diversas habilidades, herramientas y técnicas que permiten cumplir con proyectos, tareas u objetivos dentro de los plazos establecidos. En el ámbito organizacional, una gestión del tiempo adecuada incide directamente en el desempeño y la productividad laboral, ya que permite un uso más racional de los recursos y una mejor organización del trabajo. Además, cuando se combina con canales de comunicación interna accesibles y efectivos, se facilita una mejor coordinación y asignación de responsabilidades, lo cual potencia aún más el rendimiento de los equipos.</p>	<p>Puntualidad</p>	<p>Organizo adecuadamente mi tiempo para cumplir con las tareas asignadas.</p> <p>La información que recibo me ayuda a priorizar actividades.</p> <p>Evito retrasos o confusiones al iniciar gracias a la comunicación que recibo</p>	

Anexo 3. Instrumento de recolección de datos

Preguntas	Alternativas de respuesta				
	1 Total desacuerdo	2 Desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Total acuerdo
VARIABLE 1: CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA					
Dimensión 1: Canales formales					
1. Siento que puedo expresar mis dudas o comentarios a través de los canales formales establecidos.					
2. Los líderes o encargados de comunicación responden oportunamente mis consultas.					
3. Puedo acceder fácilmente a documentos o capacitaciones virtuales importantes emitidos por la empresa.					
4. Los medios formales que usamos permiten acceder a la información en cualquier momento.					
5. La empresa cuenta con canales formales bien definidos para comunicar temas importantes.					
Dimensión 2: Comunicación efectiva					
6. La retroalimentación que recibo por parte de mi líder me ayuda a mejorar mis tareas.					
7. La retroalimentación que recibo contribuye a que haga mejor mi trabajo.					
8. La información que recibo por medios oficiales (correo, reuniones, comunicados) es clara y comprensible.					
9. La comunicación con mi líder es clara y directa.					
10. Recibo la información necesaria para entender cómo funciona el negocio y cómo debo desarrollarlo					
11. Los mensajes internos me permiten entender mejor mis funciones.					
Dimensión 3: Accesibilidad					
12. Recibo comunicaciones de manera frecuente por parte de la empresa.					
13. Los canales utilizados por la empresa se adaptan a mis necesidades como nuevo socio.					
14. Los canales de comunicación que usamos son fáciles de usar.					
15. Tengo acceso constante a la información que necesito para cumplir con mis funciones.					
VARIABLE 2: PRODUCTIVIDAD LABORAL					
Dimensión 1: Cumplimiento de tareas					
16. Entiendo claramente cuáles son mis metas y tareas dentro de la empresa.					
17. La información que recibo facilita el cumplimiento de mis tareas.					
Dimensión 2: Desempeño Laboral					
18. Me esfuerzo por realizar mis actividades con calidad y precisión.					
19. Siento que realizo bien mis funciones gracias a la información recibida internamente					

Canales de comunicación interna y la productividad de los nuevos socios en una empresa de cosméticos de San Isidro, Lima 2025.

20. Mi desempeño mejora cuando tengo buena comunicación con mis líderes.					
Dimensión 3: Gestión del tiempo					
21. Organizo adecuadamente mi tiempo para cumplir con las tareas asignadas.					
22. La información que recibo me ayuda a priorizar actividades.					
23. Evito retrasos o confusiones al iniciar gracias a la comunicación que recibo					

Anexo 4. Validación del instrumento



"CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS NUEVOS SOCIOS EN UNA EMPRESA DE COSMÉTICOS, DISTRITO DE SAN ISIDRO, LIMA 2025"

ANEXO 4. MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- I.1. Apellidos y nombres del experto: CÁRDENAS TORRES LUIS RICARDO
- I.2. Grado académico y/o título: MAGÍSTER
- I.3. Cargo e institución donde labora: UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
- I.4. Título de la investigación: "CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS NUEVOS SOCIOS EN UNA EMPRESA DE COSMÉTICOS, DISTRITO DE SAN ISIDRO, LIMA 2025"
- I.5. Nombre del instrumento: Cuestionario de CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA Y PRODUCTIVIDAD LABORAL.
- I.6. Autor del instrumento: Francisco Javier Bravo Benites
- I.7. Para obtener el título de: Licenciado en Comunicación Corporativa.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	EXCELENTE (5)	BUENO (4)	REGULAR (3)	INSUFICIENTE (2)	MALA (1)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.	X				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.		X			
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	X				
4. ORGANIZACIÓN.	Existe una organización lógica.		X			
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	X				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.	X				
7. COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.		X			
8. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.		X			
9. CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.		X			
10. METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	X				
TOTAL - PARCIAL	45	25	20			

PUNTUACIÓN

- De 10 a 20: No válido, reformular
- De 21 a 30: No válido, modificar
- De 31 a 40: Validar, mejorar
- De 41 a 50: Válido, aplicar

OBSERVACIONES:


 Firma

Lima, 02 de junio del 2025



ANEXO 4. MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- I.1. Apellidos y nombres del experto: Bacigalupo Lago Raul Santiago
- I.2. Grado académico y/o título: Maestría en Docencia Universitaria y Gestión educativa
- I.3. Cargo e institución donde labora: Universidad Privada del Norte
- I.4. Título de la investigación: "CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS NUEVOS SOCIOS EN UNA EMPRESA DE COSMÉTICOS, DISTRITO DE SAN ISIDRO, LIMA 2025"
- I.5. Nombre del instrumento: Cuestionario de CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA Y PRODUCTIVIDAD LABORAL.
- I.6. Autor del instrumento: Francisco Javier Bravo Benites
- I.7. Para obtener el título de: Licenciado en Comunicación Corporativa.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	EXCELENT E (5)	BUENO (4)	REGULAR (3)	INSUFICIENTE (2)	MALA (1)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.	X				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.	X				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	X	X			
4. ORGANIZACIÓN.	Existe una organización lógica.	X				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	X				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.		X			
7. COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.	X				
8. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.	X				
9. CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.	X				
10. METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	X				
TOTAL - PARCIAL		40	8			

PUNTUACIÓN

De 10 a 20:	<input type="checkbox"/>	No válido, reformular
De 21 a 30:	<input type="checkbox"/>	No válido, modificar
De 31 a 40:	<input type="checkbox"/>	Validar, mejorar
De 41 a 50:	<input type="checkbox"/> 48	Válido, aplicar

OBSERVACIONES: Aplicar el instrumento con conocimiento informado.

Lima, 01_de junio_del 2025

Firma



ANEXO 4. MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- I.1. Apellidos y nombres del experto: TELLO FUENTES, REBECA VIOLETA
- I.2. Grado académico y/o título: MAGISTER
- I.3. Cargo e institución donde labora: DOCENTE UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
- I.4. Título de la investigación: "CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS NUEVOS SOCIOS EN UNA EMPRESA DE COSMÉTICOS, DISTRITO DE SAN ISIDRO, LIMA 2025"
- I.5. Nombre del instrumento: Cuestionario de CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA Y PRODUCTIVIDAD LABORAL.
- I.6. Autor del instrumento: Francisco Javier Bravo Benites
- I.7. Para obtener el título de: Licenciado en Comunicación Corporativa.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	EXCELENTE (5)	BUENO (4)	REGULAR (3)	INSUFICIENTE (2)	MALA (1)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.	X				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.	X				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	X				
4. ORGANIZACIÓN.	Existe una organización lógica.	X				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	X				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.	X				
7. COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.	X				
8. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.	X				
9. CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.	X				
10. METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	X				
TOTAL - PARCIAL		50				

PUNTUACIÓN

- De 10 a 20: No válido, reformular
- De 21 a 30: No válido, modificar
- De 31 a 40: Validar, mejorar
- De 41 a 50: Válido, aplicar

OBSERVACIONES:


Firma

Lima, 6 de JUNIO de 2025